



全世界有钱人 都在读的 赚钱故事

徐春艳 编著





前言 Preface

过去,在传统儒家思想的影响下,商人的地位是低下的,追求财富被人视为铜臭满身,金钱被人说成是万恶之源。今天,随着人们观念的逐渐转变,已经有越来越多的人开始客观地看待财富。

社会发展到今天,可以说人人都在向往财富、追求财富。改革开放给人们创造了无数的商机,很多人准备或已经投入市场经济的商潮中去了。然而,财富却只青睐少数人。这是为什么呢?因为只有少数人掌握了致富的思维方式和窍门,经商创富并不是只有冲劲就可以的。

对财富的渴望是每一个平凡人的梦想,但这个世界上 80% 的财富却被掌握在 20% 的人手中。你也许常常困惑,自己为什么不是这 20% 中的一位?原因很简单,你没有掌握他们所掌握的财富密码。

其实,这些密码无非就是一种财富的思想和创富的思路,而世界上多数人都缺乏商业头脑和创富素质。但是,这绝不意味着他们就与财富无缘了,因为商业头脑和创富素质是可以被激发和培养的。

很多人感慨赚钱太难,要想赚钱就得向别人学习,最简单有效的方式就是向那些赚到钱的人学习。学习他们对待钱的态度、赚钱的方法、投资的技巧、冒险的胆识和智慧。

基于这个目的,本书精选了很多成功人士的经验故事与大家分享,以供借鉴。这些故事覆盖了多个方面和层次,归为 28 类,分上下两篇,上篇以成功者的经历来讲述追求财富必备的一些主要素质和必知的方式方法,比如说,对财富的欲望、博弈的智慧、永不言败的决心和毅力、重视小本经营、科学理财、发觉和把握商机、学会精明、借势赚钱、建立商誉、敢于冒险等;下篇则分别讲述各类商业发达的地方人群致富的故事,像成功商业人群的典范犹太商人、中国的温州商人,还有古代的巴比伦商人等。

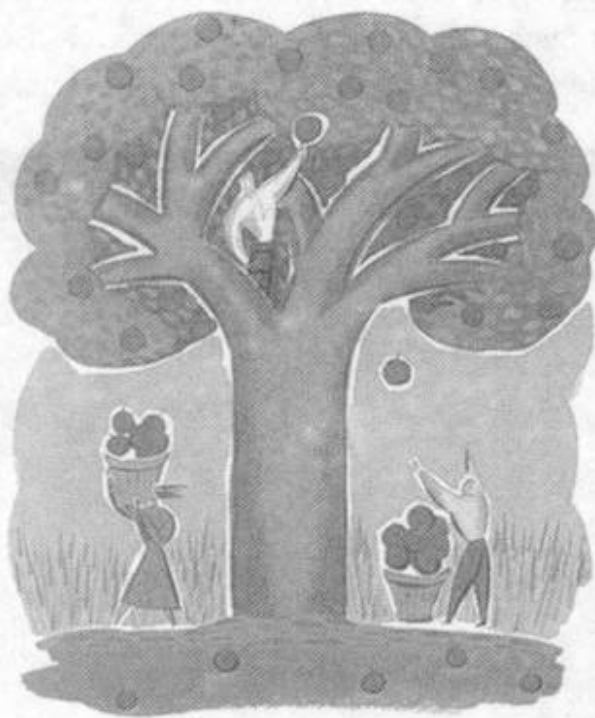


前言 Preface

这些故事简短有趣而富有哲理，能在短时间内激发一个人的商业潜能。从这些故事中，你将学会如何去发现商机、抓住商机，演绎自己创富的想法，从而在商场上左右逢源、游刃有余。没有严肃的说教，多余的絮叨，而是让你运用自己的思维去细细品味其中蕴藏的一个又一个智慧。每当你读懂一个故事，就是发现了一个创业商机，学会了一种赚钱方法，多了一条致富之路。

不要忽视这些小智慧，拥有了这些小点子，你就会慢慢累积更多的经验和阅历，受的启发多了，你自然就会赢得巨大财富。很多成功的商人，就是由一件小事情飞黄腾达的。

本书沿着成功者的足迹，用这些小故事展现他们致富的聪明才智。希望通过本书，能为在商场中打拼或即将投身于商场中的你架起一座通往成功的桥梁。





— 目录 —
Contents

上篇 财富是一种思想： 读有钱人读的故事，像有钱人一样思考

第1辑 有钱人和你想的不一样 /3

普通人说：“努力学习去好的公司工作。”有钱人会说：“努力学习能发现并将有能力收购好的公司。”当普通人抱怨：“我不富裕是因为我有孩子。”有钱人的理论是：“因为我有孩子，所以我必须富。”普通人说：“钱对我来说不重要。”有钱人却说：“金钱就是力量。”哪怕只有1%的希望，他们也会100%地投入去追逐财富。

小山村里走出的时尚品牌	4
商人的“老板”情结	4
御木本幸吉的财富推进器	5
思克利士反感满足的人	7
洛克菲勒从小就爱钱	8
父亲的遗言	9
麦当劳的真正主人	10
伴随资本巨人一生的梦想	11
农民子弟的“不守本分”	12
黑人佃农的另类想法	13
小洛克菲勒的野心	14



目录 Contents

第2辑 穷人到底缺什么 / 17

穷人最爱说的一句话就是：“这不可能。”在行动之前，他们总暗示自己不可能做到，结果就真的做不到，并进一步“验证”不可能的正确性，如此循环，穷人越来越穷！

从穷人到穷人.....	18
穷爸爸和富爸爸想的不一样.....	19
贫穷之谜.....	20
有钱却置数年闲.....	21
有些苦穷人吃不来.....	22
跳蚤实验.....	24
井植岁男家的园艺师傅.....	25
宝石没有稻草贵.....	26
杀鸡取金卵.....	27
“等”的结果.....	28
把工作当做差事来应付.....	29
改不了的时间观.....	30

第3辑 全世界有钱人都在用的博弈智慧 / 33

创富如棋。追求财富的过程中每个人如同棋手，每一个行为如同在一张看不见的棋盘上布子，精明慎重的“棋手”们揣摩、牵制、争赢，“下”



目录 Contents

出诸多精彩纷呈、变化多端的“棋局”。

敢“借”敢为.....	34
火灾留下的高额回报.....	35
巧打时间差.....	35
亏小本赚大钱.....	37
哈佛生的选择.....	38
空手套白狼.....	39
把地皮赠送给联合国.....	40
700万美元这样筹集.....	41
打战争的主意.....	42
让黑人妇女化妆.....	43
洛斯家族的基本战术.....	44

第4辑 爱拼才会赢：百万富豪的财富箴言 /47

巨额财富的拥有者通常不仅具有与众不同的观点和目光，而且更有坚持己见的执著精神。他们的执著源于自信和准确判断，而不是鲁莽和闭塞。创富唯有执著才能成功。而普通人要么不经过细心观察，观点脱离实际，要么在众人的一致责难之中偃旗息鼓，让计划胎死腹中。

蒙德为逆境而生.....	48
一代船王包玉刚.....	49
绝不放弃最后的争取.....	50
88岁才成功的创业者.....	51



目录 Contents

黄金在苦难中被提炼.....	53
跌跌撞撞成领带大王.....	54
扼住命运的咽喉.....	55
惠普的来历.....	56
幸运的失败.....	57
对“钱”途永不死心的百货大王.....	58
胜利酬报有心人.....	59
富翁就是这样“炼”出来的.....	60

第5辑 一枚铜钱的魔力：玩转财富的魔方 / 63

不要小看小财源。生意虽小,但能积少成多,聚沙成塔,在民间向来有“小雨落成田”的谚语。闻名中外的温商,很多是以经营几分钱的纽扣和几毛钱的打火机起家的。谁能料想到那些推销塑料花和沿街卖米的人数年间便身价百亿?

从一只老鼠开始.....	64
一枚硬币也要捡.....	65
小商品,大利润.....	66
小钱也是股神的最爱.....	67
用时间差放大钱的魔力.....	68
尼西奇的尿布神话.....	69
10元钱闯天下.....	70
坐月子坐出的金点子.....	72



目录 Contents

先睡地板，后当老板	72
小小眼镜全球化	73
小穷镇变“第一市场”	74
欧洲的中国春卷	75

第6辑 创业是金，守业是银：有钱人的“理财经” / 77

“你不理财，财不理你”，这话大有道理。即使是寻常百姓，理财与不理财的差别也可能是巨大的、悬殊的。所谓“大富在天，小富由人”，注意理财，“小富”是不难做到的。

3个月内存够3万美元	78
大富豪的“花”钱法	79
洛克菲勒这样想	80
富翁把银行当朋友	81
生意是滚起来的	82
点滴积累也是一种理财	83
有钱人的9：1法则	84
比尔·盖茨的理念	85
“吝啬”的三星	86
许荣茂的运作型理财	87
“红黄牌”理财法	88
侯昌明的防御与攻击理论	90



目录 Contents

第7辑 机遇成就财缘：有钱人的点金术 /93

财富总是喜欢靠近那些头脑精明、眼光敏锐的人。生活中其实到处充满了机遇，只是很多人没有积极、敏锐地去发现和把握，如果你愿意去解决你所碰到的许多问题，它们都可以成为你致富的机遇，有的人会把使人头疼的垃圾变废为宝，这是他具备了发现机遇的眼光。

颜料做的洗涤剂	94
机遇尾随问题而来	95
点水成金	96
捡垃圾的千万富翁	97
旧货店的连锁经营	98
供求失衡后的商机	99
预测时机先动手	100
“大妈妈”型裤袜	101
“转包”小区垃圾	102
从庄园主到木炭商	103
没有商机就是最好的商机	104

第8辑 脑袋决定钱袋：激发财富的“脑力风暴” /107

头脑精明、反应迅速，这是成为富翁的一大素质。很多平常的东西经过商业头脑的打造就会发挥神奇的效用。有的人就是花钱也能“花”出财富来，借钱也能“借”出大款来。



目录 Contents

洛克菲勒的“铁算盘”	108
小麦+铅笔=富翁	109
口香糖的推广智慧	110
思维阔，钱包跟着阔	110
摩托罗拉的出世	112
图德拉的无本生意	113
声东击西暗发财	114
多等1小时的精明	115
智者永远是赢家	116
凯迪拉克的出路	117
学来的精明	118

第9辑 借得大船出远洋：有钱人的借势思维 / 121

任何东西、任何人在高明的商人眼里都是可以拿来“借用”的，这些人或物都可以帮他们大造声势，使利润呈几何数字翻倍，这就是“借”的力量。

派克跃“龙门”	122
法派写给克林顿的信	123
虚张声势的本事	124
大都市中的断崖绝壁	125
任何地方都不放过	126
把鞋送给欧文斯	127



— 目录 Contents —

跟着有见地的朋友走	128
球王贝利的免费广告	129
借美的的“东风”	129
借别人的地，种自己的瓜	130
弄潮商海，抓住贵人脉	131
善于借势的犹太人	132

第 10 辑 财富是一种至高的人生哲学：和有钱人一起品悟商道 / 135

有的大富豪对自己平常的生活节俭有加，而对社会的回报却不计其数。在他们看来，金钱只是一些符号，只有把它们用于制造社会大多数人的快乐时，自己的快乐才能真正实现。

财富之外的追求	136
郑周永的“小气”和豪迈	137
金钱并非万恶之源	137
捐赠与赚钱同样快乐	139
善举也是一种财富	140
慈善业的革命者	141
李嘉诚独办汕头大学	142
犹太富人的处世智慧	143
只有两个人的西餐厅	144
寓生意于文化	145
雀巢把生意做成文化	146



目录 Contents

第 11 辑 诚信是金：信用是富人的底线 / 149

诚信是种美好的品德，在商品经济时代，它更被赋予了多重的商业价值。它无论对个人、企业，甚至对国家都是笔无形的、长期的有价投资，怎样利用好这笔财富，是衡量一个商人素质的重要标准。

奥康亏本的买卖也要做	150
人性化服务打造信誉	150
信用造就了佳世客	151
赔本建起阿斯旺高坝	152
诚实是促销的好手段	153
交出太太的戒指	154
多出的5 000万法郎	155
让餐刀和叉子坐飞机	156
有一项不合格	157

第 12 辑 慧眼识金：在细节中破译财富密码 / 159

财富中的细节就像人体的细胞一样举足轻重，谁能把握住细节，谁就能悄悄成功，于无声处听惊雷。从细节中往往能找到成功创富的突破口。抓住瞬间消逝的细节也许就是你区别于众人的唯一可能。

从废纸篓里拾起商机	160
从细处开始精明	161



目录 Contents

信息就在垃圾中	162
顾客的抱怨就是商机	163
一条短讯带来的启示	164
从小草上嗅出财富的味道	165
东方饭店的细致经营	166
从扫垃圾开始的设计	167
细节造就的伟大	169
俞敏洪的第一桶金	170
针孔的小改造	171
日本绳索大王	172

第 13 辑 财富险中求：冒险是有钱人的天性 / 173

世上任何领域的一流好手，都是靠着勇敢面对他们所畏惧的事物、冒险犯难，才能创下巨富。利用投资致富的，也都是以冒险精神作为后盾的，缺乏冒险精神，梦想将永远只是梦想。

格蒂的第一口油井	174
风险带来高效益	175
迎着战火向“钱”进	176
毅然决然当老板	177
富翁天生爱冒险	178
热爱世界的冒险家	179
钢铁之王谭仲英	180
劳埃德的高雅艺术陈列室	181



目录 Contents

不安分的卡赫利法	182
赚钱赚到扎伊尔	184

第 14 辑 思路决定财路 / 185

一种创意的力量，能让人变得与众不同，发掘别人想象不到的机会。一个创造财富的人，更应该是想法不断、足智多谋的人。创意是无所不在的，不要墨守成规，换个路线，多转个弯，或许灵感就来敲门了。平凡的你也可以是个十足的创新高手。

来自海底的纪念物	186
铜牌“引路”	186
出售“笑话”的公司	187
废料升值1万倍	188
小石子里的创意	189
别让创意从手边溜走	190
能吃饭的电影院	191
罗伯斯的“孩子们”	192
象牙肥皂	194
视觉误差带来的利润	195
用丑女打广告	195
“傻子”的独创	196



目录 Contents

下篇 最优秀的 14 个商业群体

第 15 辑 为经商而生的民族：犹太人的赚钱故事 /201

犹太人是世界上最聪明、最富有的民族之一，他们以独特的经商技巧摘取了“天下第一商人”的桂冠。有人说：“犹太富豪在家打个喷嚏，全世界的银行都会感冒。”犹太人在投资创业方面表现得出入神化，他山之石，可以攻玉，我们为什么不来借鉴一下他们的经商谋略呢？

信息就是效益.....	202
犹太人的合同意识.....	203
化整为零.....	204
坚持自己的眼光.....	205
一笔生意，两头赢利.....	206
没有金子就种花.....	207
病了也不忘创富.....	208
环保又赚钱的垃圾.....	209

第 16 辑 热衷商业而不失幽默：美国人的赚钱故事 /211

美国人把社会上形形色色的行业概括为红、黄、黑三道，红代表官道，黄代表商道，黑代表学道。在商业精神塑造的美国社会，人们最为推崇商道，



目录 Contents

他们热衷于努力工作,经商赚钱,善于以变应变,造势生财。在美国人的眼里,金钱近乎万能。

始于火车上的小生意	212
可口可乐的瓶子	213
世界上第一条牛仔裤	214
善于梦想的美国人	215
琼斯仔猪香肠	217
最伟大的推销员	218
关键时刻更要坚强	219
洛克菲勒勤俭的由来	220
猫房铺的诞生	221

第 17 辑 作风严谨创世界一流:日本人的赚钱故事 /223

一个资源贫乏的岛国,战后在废墟中重建繁荣,如今日货遍及全球,独占中国大半个市场,一跃成为世界第二经济大国,其经营绝招是什么呢?

做风的生意	224
在不平衡中找到商机	225
索尼进军美国	226
原价销售术	227
冷门即是热点	228
只需模仿就能发财	229
“引狼入室”的奥秘	230



目录 Contents

吃掉吃市场的人	231
---------------	-----

第 18 辑 引领世界潮流的商业眼光：欧洲人的赚钱故事 /233

欧洲人经商颇有些戏剧色彩，他们非常友好礼貌，他们的故事幽默连篇而又没咄咄逼人之感，这似乎成为欧洲商人的一种标志性风格，他们的经营之道永远朝着合作双赢的方向发展。

托马斯的圈套	234
“北欧风情”进军中国	235
成功从第一步开始	236
永不停止的脚步	237
罗斯柴尔德家族的信息网	238
从“变”中找生意	239

第 19 辑 遥远而经典的经商玉律：古巴比伦商人的赚钱故事 /241

在节俭、理财计划和个人财富方面，古巴比伦商人这个群体被公认为伟大的典范。他们奇妙的财富故事能带人们通向一条繁荣富足的道路，引领人们穿越整个人生。

古巴比伦富翁的七大秘诀	242
让你的金钱流动起来	243
年轻人的故事	244
黏土板上的5个法则	246



目录

Contents

骆驼商人达巴瑟	247
好心的驴子	249
做生意的另一种诚实	250
阿卡德最后的醒悟	251

第 20 辑 取予得当的超人智慧：中国历史上的赚钱故事 /253

中国具有悠久历史，作为“士农工商”四民之一的“商”，一直是推进社会经济发展的不可或缺之力量。明清时期以地域为中心、以血缘为纽带的高帮的传奇崛起，更为中国的经商历史画卷平添了一抹亮色。

人弃我取，把“冷板凳”坐热	254
子贡仗义疏财	255
“到处都是财源”	256
太谷曹家的精明掌柜	257
看准了就下手	258
雷履泰开创汇兑法	260
任氏的发迹史	261
信任的价值	262
几百年的招牌生意	263

第 21 辑 创业敢为天下先：粤商的赚钱故事 /265

粤商天生勤劳能吃苦，以赚钱为人生第一要义，孜孜不倦地追求金钱。无论是近代还是现代，发迹的粤商不计其数，他们既有“敢为天下先”的



— 目录 — Contents

创业精神，也有“顺世而为”的驾驭高才，粤商的“春笋”之速引领改革开放之潮头，以“红袖善舞”的模范身型运筹帷幄于资本市场，由此产生一部为世人称道的“粤人商典”。

依靠巨人的肩膀	266
兵贵神速	267
黄新“借腹生子”	268
用意志代替运气	269
在最基础的地方创业	271
来自总理的启发	272
烂摊子变金饭碗	273
“裁刀大王”小船闹海	274

第 22 辑 互联网上决高低：浙商的赚钱故事 /277

在人们眼里，大部分浙商是学历不高的草根商人，但是，近几年崛起的新秀却向人们展示了新浙商的英雄形象。网易丁磊、盛大陈天桥、阿里巴巴马云……这些新浙商从事的都是技术性强的高端行业。他们演绎着自己的惊天传奇，让世人对浙商更加瞩目。

陈天桥演绎的“传奇”	278
九层之台，起于垒土	279
决策源于生活	280
中国互联网如何收费	281
网易免费邮箱的开发	282



目录 Contents

马云创办“中国黄页”	283
------------------	-----

第 23 辑 走遍天下也要当老板：温商的赚钱故事 /285

有着“东方犹太人”之称的温州人虽没有数千年的经商史，但是他们的智慧却促使他们在短短 20 年里创造了世界商界的奇迹。温商作为一个个性鲜明的群体，不仅创造了许多财富，而且为我国乃至世界商人提供了一种可学可操作的经商哲学。

吃苦是温商的必修课	286
一枝独秀的“强子书报”	287
邵国峰大打亲情牌	288
“思想保守”的张文荣	289
COPY“宅急送”	290
胆大包“天”王均瑶	291
厕所里淘黄金	292
别人的烦恼，我的财路	293
垃圾发电厂	294

第 24 辑 华人商界的领袖群：港商的赚钱故事 /295

香港商人被称为“世界上最伟大的推销员”，华人首富李嘉诚、房地产大亨霍英东等，这些人人皆知的香港商人，在各自的商业领域演绎着财富梦想的神话，并将他们的上进、坚强和现代意识传递四方，用他们自己的经营观念和方式影响着各地商人。



— 目录 — Contents

十年磨一剑	296
炒卖大亨徐展堂	297
用勤奋换来机遇	298
霍英东的售楼创意	299
每天一款特价菜	300
概念营销	301
珠宝大王陈圣泽	302
推销起家的商界新贵	303

第 25 辑 来自宝岛的异军突起：台商的赚钱故事 / 305

中国的经营之神王永庆、鸿海帝国创建者郭台铭、汽车皇后吴舜文等，这些不胜枚举的台湾商界精英无愧为台商的“领头羊”。

一个神奇公式	306
有人才才有钱财	306
用毅力来打通钱道	308
创新过后是超越	309
先建球场后建房	310
防患于未然	311
微利必求成大富	312
非同寻常的广告	313
突出差异性	314



目录 Contents

第 26 辑 女人也有半边天：女强人的赚钱故事 /315

心理学家和社会学家认为，女性具备经商所必需的特殊素质。女性的许多品质，男性很少或根本不具有。女性的优越天性有创造性、道德价值观，包括诚实、忠诚、可靠、热情和忍耐等，还有吸引力。在当今越来越开放的社会潮流中不断涌现出一批精于商道的优秀女性，她们把追求家庭舒适、安宁、繁荣的本性逐渐反映到了商场上。

女性更需要坚持梦想	316
“被遗忘的女人”	316
商海女王卡莉·菲奥丽娜	318
日用品行业的女巨人	319
保险女强人的戏剧经历	320
反其道而行	321
不求快只求准	323
专职妈妈重返职场	324

第 27 辑 少年也能出将才：大学生的赚钱故事 /327

在校就读时，他们就梦想成就一番事业，凭着自己学到的专业知识和实习期间获得的经验，执著不懈，找到立锥之地，进而拓展出一条条属于他们自己的洒满阳光的路。



目录 Contents

人穷路不短.....	328
高学历的养殖员.....	329
卖的就是个新鲜.....	330
磨刀不误砍柴工.....	331
把知识做成事业.....	332
处理边角料的“钢铁大王”.....	333
“抚摸”出来的财富.....	334
随时准备着创业.....	335

第 28 辑 精英也在为他们打工：“80 后”富翁的赚钱故事 / 337

“80 后”，即 20 世纪 80 年代出生的一批人。不知从何时起，“80 后”作为一个符号常被人们挂在嘴边。他们的所作所为总是被放大并呈现在大众的视线里，对他们的讨论似乎也一直没停过。在中国商界，尤其是互联网界，一批“80 后”正在悄悄走进富翁的行列。眉眼间稚气未脱，却有着上千万，甚至上亿的财富，手下管理着几十号、几百号人。这批年轻新贵们的出现，似乎在一夜之间颠覆了人们心目中传统企业家的形象。

戴志康——执著的“80后”.....	338
“一生成功一两次就够了”.....	339
李想的理想.....	340
初中文凭也能当总裁.....	341
姚之商业.....	343



— 目录 —
Contents

郑立：志立则气盛	344
赵宁这样开始创业	345
MySee总裁的第一桶金	346
刘琦开想动、敢动、愿意动	348

后 记 /351

上篇

财富是一种思想：

读有钱人读的故事，像有钱人一样思考





第 1 辑

有钱人和你想的不一样

普通人说：“努力学习去好的公司工作。”
有钱人会说：“努力学习能发现并将有能力收购好的公司。”当普通人抱怨：“我不富裕是因为我有孩子。”有钱人的理论是：“因为我有孩子，所以我必须富。”普通人说：“钱对我来说不重要。”有钱人却说：“金钱就是力量。”哪怕只有 1% 的希望，有钱人也会 100% 地投入去追逐财富。



小山村走出的时尚品牌



温商有着强烈的金钱欲，但他们不是幻想、空想，而是付诸行动。他们对金钱的“贪婪”正是他们创造财富奇迹的原始动力。

美特斯·邦威集团老板周成建出生在浙江青田的小山村，小时候家里非常贫穷。14岁那年家里买了一台缝纫机，他便自学缝纫，成了一名小裁缝，同时“倒卖”服装用的纽扣等一些小商品。1985年，20岁的周成建只身一人来到温州市，在妙果寺市场租了一个摊位，前店后厂制作服装销售。他成功地赚到了“第一桶金”，到了1993年他已经成为身价四五百万元的“款爷”。

接着周成建又做出惊人之举：他用所赚的钱注册成立了美特斯·邦威公司，专门制作销售休闲服装。他从实践中探索出一条“虚拟经营”的企业运作之路：将企业的生产加工“发包”出去，着力打造美特斯·邦威的品牌形象。10多年过去了，他终于创建了自己年销售额接近20亿元的“王国”，实现了多年来亿万富翁的梦想。不过他还没有满足，他说：“没有比脚更长的路，没有比人更高的山。”



怀揣着对财富的强烈欲望，才会对生活有所追求，才能使我们热血沸腾、干劲冲天，才会使我们的生活水平和社会地位越来越高。即使获得了财富，也不要满足于现状，应该继续奋进，不断攀越高峰。

商人的“老板”情结



老板情结是什么？就是一定要自己为自己干，哪怕“事业”再小，但它是自己的，干起来才有劲。



1980年的一天，北方某著名高校门口来了一位年轻漂亮的姑娘摆摊补鞋，这引起了大家的好奇。不过，姑娘的手艺不错，同学们也愿意来她这里补鞋，她的生意出奇的好。当然，也有男生偷偷地向她递过纸条，她都一笑置之。

有一天，一个年轻的男教师来补鞋，和她拉起了家常：“姑娘，你是哪里人啊？”“我是浙江人！”那姑娘很诚恳地回答。“你这么年轻漂亮，大庭广众之下为人家补鞋，不觉得丢面子吗？”这位浙江女孩一边熟练地补着鞋，一边低着头说：“靠手艺挣钱，丢什么面子呀？”补鞋女说得不卑不亢。男教师一时语塞，继而道：“那你就这样一直补啊，将来有什么打算呢？”女孩子笑了笑说：“我补鞋走了很多地方，就数这个大学门口生意最好，我已打定主意了，以后，我要在这附近开家鞋店，以后还需要你们常来照顾我的生意啊！”

不久后，那位浙江女孩开了一家专卖温州皮鞋的鞋店。又过了几年，浙江女孩在闹市区开了一家鞋城，专门对外批发温州皮鞋。到现在，她已成为拥有千万资产的女企业家。



“宁为鸡首，不为牛后。鸡口虽小，乃进食；牛后虽大，乃出粪。”有钱人认为，自己为自己干，哪怕再小，但它是自己的，干起来才有兴致，才会认真努力去做。所以，有钱人没有“找工作”的观念，只有“找生意做”的念头。

御木本幸吉的财富推进器



日本的“珍珠之父”御木本幸吉青少年时期创业的故事，或许对你最有说服力。

御木本幸吉出生在日本志摩郡一个贫穷之家。他是长子，父母共生了8个孩子，加上祖父母，家中共有12口人。他的祖父很善于经商，在他那一代幸



吉家是村里较为富裕的人家。除了经营一家面馆外，他还从事蔬菜、大米和木炭买卖，也跑过海上运输。村里人都佩服幸吉的祖父，年幼的幸吉从他精明的祖父那里学到了不少东西。幸吉的父亲也很精明，却由于疾病缠身，不能从事经商活动，因此幸吉的祖父辛辛苦苦建立起来的家业到了他这一代，也就逐渐衰落了。

幸吉的祖父去世后，11口之家只能靠幸吉的母亲来维持。但仅仅经营一个小面馆，收入毕竟是微薄的，幸吉家的生活每况愈下。面对衰败的家业，幸吉当时虽然年幼，但作为长子，他已隐约感到重振家业的压力。看着母亲不分日夜地拼命劳作，幸吉常常想一个问题：“怎么才能挣大钱呢？”

于是，少年时代的幸吉，便一个心眼琢磨着怎样挣大钱，当大财主。“我要做一个有钱人。”他想。

小面馆无论如何是挣不了大钱的。在十几岁的时候，幸吉已经在考虑做买卖的效益了，这绝非一般孩子所能想到的。

他们当地有早晨吃芋头粥的习惯，看准这一点后，小幸吉不辞劳苦，到处收购芋头，每天一大早就出去卖。挨家挨户转过一遍回来后，他顾不上休息，还要到面馆里给母亲打下手。

为了养家糊口，为了赚钱，小幸吉每天都和母亲一样拼命奔忙，小小年纪的他能做到这样，确实不简单。支撑他的大概就只有挣钱的欲望了。

由于家境贫寒，幸吉只在私塾接受了两年最基本的启蒙教育。但他很聪明，记忆力也特别好。他利用卖菜、帮母亲忙、照看弟妹之余的一点一滴时间，日积月累，学到了大量知识，这对他日后经商的成功大有裨益。

18岁那年，幸吉成功地与一帮英国小兵做成了一笔小生意，而且挣了不少钱，这件事给幸吉留下了终生难忘的印象。这次的成功也初步显露出了他经商的才能。从那时起，一个想法已牢固地在他的脑中扎根：与外国人做生意才能赚大钱，以后无论如何也不能放过这种机会。这件事对幸吉的人生奋斗方向产生了极其深刻的影响。

从此以后，胸怀大志的幸吉决心做出一番大事业。为开阔视野，他多次到日本的各大城市，感受大都市的时代脉搏。

一次偶然的机会，他与珍珠结下了一生的缘分，从经营天然珍珠到世界上首次人工培育出半圆形珍珠，御木本幸吉的成功轰动了世界。



发大财，必须先要有发大财的雄心壮志。没有资金，没有场地，没有社会关系，没有经验，等等，但这都不可怕，最可怕的是没有发大财、赚大钱的欲望。

如果你真想致富，那么，就让你的金钱欲望强烈起来，就从“爱钱”开始吧。

思克利士反感满足的人



新闻界的“拿破仑”、伦敦《泰晤士报》的大老板思克利士爵士，最初每月只能拿到 80 英镑薪水的时候，他对自己的处境非常不满，之后当他挣到上万英镑时，也不满足，直至成为亿万富翁，他仍不满足。同时他对那些自我满足的人，是很反感的。

有一次，他在一个他从未谋面的助理编辑的办公桌前停了下来，和那个助理编辑聊了起来：“你到这里来多久了？”

“将近三个月了。”那个助理编辑回答说。

“你觉得怎么样？你喜欢你的工作吗？对我们的办事程序熟悉吗？”

“我很喜欢我现在的工作。”

“你现在的薪水是多少？”

“一星期 5 英镑。”

“你对现在的状况满意吗？”

“很满意，谢谢你。”

“啊，但是，你要知道，我可不希望我的职员，一星期拿了 5 英镑，就觉得很满足了。”

思克利士想：世界上真不知道有多少人一辈子都一无所成，原因就是因为他们太容易满足了！找到了一份稳定的工作，终其一生总是拿那么一点点薪水，每天总是做着同样的事情，一直到死。而他们竟以为人的一生所能获得的东西也就



只能有这么多了。于是思克利士决定不再重用这个助理编辑。



不满足是痛苦的，为避免因不满足而带来的痛苦，许多人急于为自己寻找一个舒适的“安乐窝”，收回了自己向前看的目光，不给自己一点压力或责任。知足可以作为别的动物的目标，但是对人而言，切不可把自己一生的追求仅仅局限在这一狭窄的范围内。人的目标是要成就事业，而不是仅仅为别人的事业做廉价的铺路石。

洛克菲勒从小就爱钱



洛克菲勒的父亲在做木材生意时，就不时向年幼的洛克菲勒传授这方面的经验。洛克菲勒后来回忆道：“首先，父亲派我翻山越岭去买成捆的薪材以便家里使用，我知道了什么是上好的硬山毛榉和槭木；我父亲告诉我只选坚硬而笔直的木材，不要任何大树或‘朽’木，这对我是个很好的训练。”

年幼的洛克菲勒在经商方面初露锋芒。在和父亲的一次谈话中，父亲问他：“你的存钱罐，大概存了不少钱吧？”

“我贷了 50 美元给附近的农民。”儿子满脸的得意神情。

“是吗？50 美元？”父亲很是惊讶。因为在那个时代，50 美元是个不小的数目。

“利息是 7.5%，到了明年就能拿到 3.75 美元的利息。另外我在你的马铃薯地里帮你干活，工资每小时 0.37 美元，明天我把记账本拿给你看。其实，这样出卖劳动力很不划算。”洛克菲勒滔滔不绝，很是在行地说着，毫不在意父亲的惊讶表情。

父亲望着刚刚 12 岁就懂得贷款赚钱的儿子，喜爱之情溢于言表，儿子的精明不在自己之下，将来一定会大有出息的。

洛克菲勒小小年纪就已经学会了取钱，让钱生钱，这确实是他获得大成就的基础。



赚钱的欲望很重要，这是一种进取的动力，是智慧的源泉。如果一个人从小就喜爱钱财，对财富充满强烈的欲求，他就会为了实现这种欲求而比别人更努力、更积极地去发现一些“金点子”、“银点子”。赚钱在他们眼里，已经成为一种生活方式、一种行为艺术。

父亲的遗言



人太穷了，就会整天为生存而奔忙。一个人的头脑里没有产生财富的渴望，也就失去了成为有钱人的条件。一旦一个人对财富产生了强烈的渴望，并具备了有钱人的思维方式，就能迅速地改变他的经济状况。

犹太巨富比尔·萨尔诺夫小时候生活在纽约的贫民窟里。他有6个兄弟姐妹，全家只依靠父亲做小职员所得的微薄收入过活，生活极为拮据，他们只有把钱省了又省，才可以勉强度日。到了15岁那年，父亲把他叫到身边，对他说：“我攒了一辈子也没有给你们攒下什么，我希望你能去经商，这样我们才有希望改变我们贫穷的命运，这也是我们犹太人的传统。”

比尔听了父亲的忠告，于是去经商。3年之后，他就改变了全家的贫穷状况。5年之后，他们全家搬离了贫民区。7年之后，他们竟然在寸土寸金的纽约买了一套房子。

比尔的家庭世代都在经商，因为他们知道只有经商才能赚取很多的利润，才能彻底地改变自己贫穷的命运。



在金钱法则中，钱是靠赚出来的，而不是靠克扣自己攒下来的。有钱人不赞成过分节俭。在他们看来，钱是靠赚的，而不是靠攒的，过分地节俭、克扣自己是成不了有钱人的，那只会使自己在精神上越来越穷！



麦当劳的真正主人



当年，一个叫克罗克的奶昔机器推销员，在一次偶然的机，从业务报表上发现，有一家名叫麦当劳的餐厅一次订购了8台奶昔机器，而一般的店只需要一两台。他从这个订购单上发现了苗头，认定这是一家不一般的店，便立刻动身前去拜访。这一去改变了他一生的轨迹。

克罗克到了麦当劳餐厅，立刻被那种独特的快餐氛围所感染。他意识到，在大工业时期，麦当劳这样的快餐店正是潮流所在。他立即找到店主麦当劳兄弟，提出他的扩张计划，他要在美国克隆出遍地的麦当劳快餐店。但麦当劳兄弟并不很感兴趣，就凭着洛杉矶这一个店，一年已经能够稳赚10万美元，这在当时不是个小数字，他们已经很满足了。经过艰苦的谈判，克罗克才获得条件苛刻的授权，开始在美国各地推销麦当劳连锁店的加盟权。

当年的克罗克已经53岁。他不仅放弃了熟悉的工作，还得自己承担连锁店的行销费用，四处奔波而赚钱又少，以至于结婚39年的妻子也离他而去。

虽然损失惨重，但克罗克认准了的事，绝不放弃。6年之后，麦当劳在美国的连锁店达到200多家。克罗克又冒着倾家荡产的风险，借了270万美元，把麦当劳这个商标全部买断，他终于成了麦当劳的主人。之后仅仅过了10年，美国的麦当劳连锁店就达到700多家，股票也上了市，成为巴菲特长久持有的赚钱机器。

现在，麦当劳的商标价值是253亿美元，克罗克本人当然也成了超级富人。

麦当劳兄弟创立了麦当劳，又失去了麦当劳，他们可以经营好一个店，却没有战略的眼光，看不到未来的趋势，以至于经营了25年，一个店还是一个店，直到克罗克的出现，才把麦当劳打造成了一个王国。



识时务者为俊杰。什么是时务？时务就是形势，就是趋势，就是对事物现在和未来的准确判断！一件事情，重要的不是现在怎样，而是将来它会怎样。看清了它的将来，坚定不移地去做，这就是很多富人成功的秘诀！



伴随资本巨人一生的梦想



美国的“资本巨人”亚蒙·哈默，是一位具有传奇色彩的世界著名企业家，他有着“开垦处女地”的精神，被称为“梦想到月球上去冒险的经营奇才”。

哈默出生于美国纽约一条杂乱狭窄的街区，父亲是一位医生。祖辈曲折奋斗的经历给年轻的哈默以深刻的印象，使得哈默年幼的心中就种下了致富的愿望，这种梦想一直伴随哈默的一生。

早在上中学时，哈默就开始了赚钱的尝试。一次他从哥哥那里借了135美元买了一辆双座敞篷旧车。135美元对一个穷学生来说不是个小数目，能否如期偿还他没有把握。哈默利用圣诞节来临之际，用买来的车为商人送货，半个月下来不但还清了哥哥的钱，自己的腰包也鼓了起来。

小试牛刀初露锋芒的哈默坚定了自己的志向。在哥伦比亚大学学习期间，哈默的父亲经营的制药厂状况不佳。哈默坚信自己能使该厂起死回生，梦想通过自己的努力使该厂能在美国药业拥有一席之地。于是他主动请缨，从此开始了实业家的生涯。哈默改革了传统的经营方式和推销方法，取消了原来以邮寄销售为主的经营手段，让几百名“传教士”直销产品。这种全新的经营手法大获成功，药品的生意越做越兴旺。哈默将梦想变成了现实，这个濒临倒闭的小厂一跃成为美国制药业的龙头老大。

“只要有梦，成功就会尾随而至。”这是哈默的座右铭，也是他的生意经。



“金钱是一种思想。”金钱观和智慧是开启财富大门的钥匙。只要行动，就会有收获。正如哈默的座右铭——只要有梦，成功就会尾随而至。当然，这种梦想是建立在有行动力的基础上的，如果只是想，而不采取行动，是不会有收获的。

全世界有钱人都在读的赚钱故事

农民子弟的“不守本分”

郑周永于1915年出生于朝鲜半岛江原道通川郡田面峨村的贫苦农民家庭。世代代务农的传统思想，使生存在这里的人们过着相当清贫的日子。

郑周永在这个有6个弟弟和1个妹妹的家庭中属于另类，不甘心贫穷、不安于现状是他与这里的大多数人的不同之处。正是这种不同使他清楚地意识到，自己的出路只有两条：一是在这里让贫穷把自己埋葬；二是改变自己的贫穷。改变贫穷唯一的办法就是跳出这个圈子，首先改变自己，然后再改造这里的一切。于是，他选择了出门打工。

在当时，“打工”可是个新名词，还不被众人接受，尤其是郑周永的父亲。但是，郑周永坚持要走这条路。几经周折，在1934年，由于生活所迫，父亲终于同意让郑周永出门打工。

打了几年工之后，郑周永于1937年在今韩国首尔开办了一家小米店，接着便开始一次又一次创造奇迹，改写自己的人生。经过多年不懈的努力，他逐步创建了以“现代建设”、“现代造船”、“现代电子”为核心的现代企业集团，将自己的梦想演绎到极致，创造了韩国企业史上的奇迹。

如今，郑周永的现代集团已经拥有总资产1000多亿美元、40余家大公司、20万员工，在世界最大的100家企业里，现代集团榜上有名，成为亚洲颇具实力的集团。郑周永本人也成为亚洲最富有的企业家之一，被誉为“最有魄力的男人”，成为韩国最具影响力名人之一。



郑周永创富的历程告诉我们这样一个事实：甘于贫穷的人将永远无法改变命运，追求财富的人终有一天会成为富人。穷人和富人的一个区别就在于：穷人是不会打破常规的，而富人则敢于打破常规。很多常规看起来合理，实际上随着社



会的发展、时代的进步，反而有可能成为阻止人们成功发展的包袱，或者成为人们成长的枷锁。常规一旦成为人们精神中戴惯了的脚镣，摘下来是很不容易的。

黑人佃农的另类想法



福勒是美国路易斯安那州一个黑人佃农的儿子。5岁时他就开始劳动，在9岁之前，他就以赶骡子为生。像他这样的家庭，对于劳动和贫困并没有什么可抱怨的，这些家庭还认为贫穷是命里注定的，并没有强烈的改善处境的要求。幸运的是，少年的福勒有一位不一般的母亲。他母亲并不满足这种仅够糊口的生活。她时常同儿子谈论她的梦想：“儿子，我们不应该贫穷。我不愿听到你说我们贫穷是上帝的意愿。我们的贫穷不是上帝的缘故，而是因为你们的爸爸从来没有产生过致富的愿望。我们家庭中的任何人都没有产生过出人头地的想法。”

没有人产生过致富的愿望？福勒决定改变整个人生。他把他所需要的东西放在心中，把不需要的东西抛到九霄云外。致富的愿望像火花一样迸发出来。最后他决定把经营肥皂作为发财的一条捷径。于是他挨家挨户地出售肥皂长达12年之久。后来他得知肥皂供应商决定将公司拍卖，售价15万美元。而他在经营肥皂销售的12年中有2.5万美元存款。他觉得这是个机会，就与供应商达成协议：先交2.5万美元保证金，在10天之内把余额付清。如果到时无法筹齐余下的款项，他就将失去预付的保证金。

在12年的经营生涯中，他赢得了许多商人的敬重，他找他们帮忙。他从私交不错的朋友那里借了一些，又从信贷公司和投资集团那里得到一些援助。到了第10天的前夜，他筹集了11.5万美元，还差1万美元。这1万美元相当关键，将决定他的命运。当时他已用尽所知道的一切贷款来源。黑夜里，他跪下来祷告：“我乞求上帝领我去见一个及时借给我1万美元的人。”他还自言自语：我要驱车走遍整条大街，直到我在某栋商业大楼里看到第一道灯光。深夜11点，他真的沿芝加哥大街驱车而去。过了几个街区后，他看到了希望中的一家承包



商事务所的灯光。他走了进去，写字台旁是一个因工作而疲劳不堪的人。福勒感到自己应该勇敢一些。

“你想赚 1 000 美元吗？”福勒开门见山。

这句话让承包商吓了一跳：“是啊，当然想啦！”

“请给我开一张 1 万美元的支票，当我还清这笔欠账时，将加付 1 000 美元利息。”接着他把借钱给他的人的名单给这位承包商看，并详细地解释了这次商业冒险的情况。就在那天夜里，福勒口袋里带着 1 万美元的支票离开了这个事务所。后来，福勒越做越大，不仅在那个肥皂公司，而且在其他四个化妆品公司、一个袜类贸易公司、一个标签公司和一个报馆，都成功获取控股权。



福勒以他的经历告诉我们：我们是贫穷的，但这并不是因为上帝，而是我们从来没有产生过致富的愿望。有了愿望，当你清楚地看见它时，就运用你的智慧，牢牢地将一些良机抓住，你也就成功了。

小洛克菲勒的野心



洛克菲勒小时候，全家过着不安定的日子，一次又一次被迫搬迁，历尽艰辛横跨纽约州的南部。可他们却有一种步步上升的良好感觉，镇子一个比一个大，一个比一个繁华，也一个比一个更给人以希望。

1854 年，15 岁的洛克菲勒来到克利夫兰的中心中学读书，这是克利夫兰最好的一所中学。据他的同学后来回忆说：“他是个用功的学生，严肃认真、沉默寡言，从来不大声说话，也不喜欢打打闹闹。”

不管有多孤僻，洛克菲勒一直有他自己的朋友圈子。他有个好朋友，名叫马克·汉纳，后来成为铁路、矿业和银行三方面的大实业家，当上了美国参议员，并作为竞选总统的后台老板，在政界为洛克菲勒行将解散的美孚石油托拉斯进行



斡旋。

洛克菲勒和马克·汉纳两人后来成了影响美国历史的大人物，在全班几十个同学中能结为知己，不能说出于偶然。美国历史学家们承认，他们两人的天赋都与众不同，一定是受了对方的吸引，才走到一起的。

表面木讷的洛克菲勒，其内心的精明远远超过了他的同龄人。汉纳是个饶舌的小家伙，通常是他说个不停，而洛克菲勒的目标则是他忠实的听众。应当承认，汉纳口才不错，关于赚钱的许多想法也和洛克菲勒不谋而合，只是汉纳善于表达，而洛克菲勒习惯沉默罢了。有一次，汉纳问他：“约翰，你打算今后挣多少钱？”

“10万美元。”洛克菲勒不假思索地说。

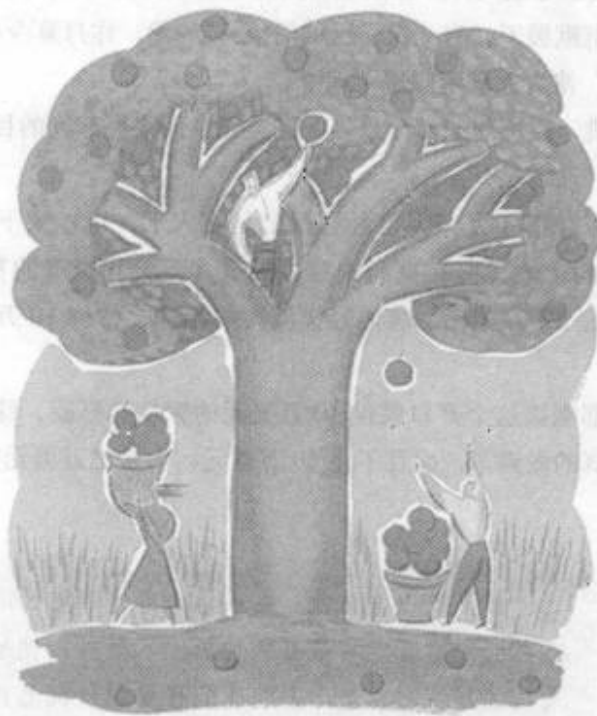
汉纳吓了一跳，因为他的目标只是5万美元，而洛克菲勒的目标整整是他的两倍。

当时的美国，拥有1万美元已经称得上是富人了，可以买下几座小型工厂和500英亩以上的土地。而在克利夫兰，拥有5万美元资产的富豪屈指可数。洛克菲勒开口就是10万美元，瞧他轻描淡写的模样，仿佛10万美元只是一个小小的开端。

当时同学们都嘲笑这个开口就是10万美元的家伙的狂妄，殊不知，不久的将来，洛克菲勒真的做到了，而且不止10万美元，而是亿万美元！



由于野心和自信，在小小的洛克菲勒的心目中，他已将自己的财富定在很高的位置上。最终，他也获得了比别人高亿万倍的成就。不管我们目前的状况怎样，不论我们的能力强弱，我们先要给自己一个高要求，这样才有可能成就大事业，要是连想都不敢想，那就根本没有希望了。



第 2 辑

穷人到底缺什么

穷人最爱说的一句话就是：“这不可能。”
在行动之前，他们总暗示自己不可能做到，
结果就真的做不到，并进一步“验证”不可
能的正确性，如此循环，穷人越来越穷！



从穷人到穷人



一个富人看见一个穷人很可怜，便发善心帮助他致富。他送给穷人一头牛，并且嘱咐他好好开荒，等春天来了撒上种子，秋天就可以远离贫穷了。

穷人满怀希望开始开荒，可是没过几天，人要吃饭，牛要吃草，日子比过去还难。穷人于是动了心思：目前生活这么困难，不如把牛卖了买几只羊，先杀一只吃，剩下的可以生小羊，等小羊长大了还可以拿去卖，这样就可以赚更多的钱。

穷人于是卖了牛，买了几只羊，只是当他吃完一只羊以后，小羊羔还没有影子。日子又艰难了，他忍不住又吃了一只。穷人想：这样下去还得了？不如把羊卖了买鸡，因为鸡生蛋的速度要快一些，鸡蛋立刻就可以换成钱，日子就能立刻好转。

穷人又按自己的想法行动了，但是接下来的生活并没有改变，日子又艰难了。于是他又忍不住杀鸡，当杀到只剩下最后一只鸡时，穷人的致富理想就彻底破灭了。穷人想：致富是无望了，不如把鸡卖了打一壶酒，一醉解千愁。

春天很快到了，发善心的富人带着种子兴冲冲地来了，他吃惊地发现穷人正就着咸菜喝酒，依然家徒四壁。富人终于明白了穷人一直穷困的原因了。



贫穷和富裕并不是天生注定的，只是穷人一心想的是如何吃饱穿暖，而不是想怎么去致富，使自己的生活发生质变。穷人缺乏的是一种致富思想。



穷爸爸和富爸爸想的不一样



在《富爸爸·穷爸爸》中有一个故事，是关于穷爸爸、富爸爸对于同一个问题的不同看法，读后很让人受启发。

儿子从美国商业海洋学院毕业了。他受过良好教育的穷爸爸十分高兴，因为加州标准石油公司录用他到运油船队工作。他是一位三副，比起同班同学，他的工资不算很高，但作为他离开大学之后的第一份真正的工作，也还算不错。他的起始工资是一年4.2万美元，包括加班费。而且他一年只需工作7个月，余下的5个月是假期。如果他愿意的话，可不休那5个月的假期而随一家附属船舶运输公司到越南去工作，这样能使年收入翻一番。

尽管前面有一个很好的职业生涯等着他，但他还是在6个月后辞职离开了这家公司，加入海军陆战队去学习飞行。对此，他的穷爸爸非常吃惊，不理解儿子为什么要辞去这样一份工作：收入高，福利待遇好，闲暇时间长，还有升迁的机会。一天晚上他问儿子：“你为什么要放弃呢？”儿子没法向他解释清楚，他们的逻辑不一样。

与穷爸爸相反，富爸爸则祝贺他做出的决定。当时，富爸爸鼓励他去做恰好相反的事情。“对许多知识，你只需要知道一点就足够了。”这是富爸爸的建议。

1973年从越南回国后，他离开了军队，尽管他仍然热爱飞行，但他在军队中学习的目标已经达到。他在施乐公司找了一份工作，加盟施乐公司是有目的的，不过不是为了物质利益。他是一个腼腆的人，对他而言营销是世界上最令人害怕的课程，而施乐公司拥有美国最好的营销培训项目。

富爸爸为他感到十分自豪，而穷爸爸则为他感到羞愧。作为知识分子，穷爸爸认为推销员低人一等。他在施乐公司工作了4年，直到他不再为吃闭门羹而发愤。当他稳居销售业绩榜前五名时，他再次辞去工作，放弃了又一份不错的职业和一家优秀的公司。

1977年，他组建了自己的第一家公司。富爸爸教过他怎样管理公司，现在他得学着应用这些知识了。他的第一种产品钱包，在远东生产，然后装船运到纽约的仓库里，仓库离他上大学的地方很近。他的正式教育已经完成，现在是他单



飞的时候了。如果他失败了，他将会破产，富爸爸认为破产最好是在 30 岁以前，富爸爸的看法是“这样你还有时间东山再起”。就在他 30 岁生日前夜，他的货物第一次被装船驶往纽约。

直到今天，他仍然在做国际贸易，就像富爸爸鼓励他去做的那样，他一直在寻找新兴国家的商机。现在他的投资公司在南美洲、亚洲和欧洲等地都设立了分支机构。

如果是依照穷爸爸的建议，他可能现在还待在标准石油公司继续为别人打工。



穷人喜欢安于现状，一份较好的工作会让他们不再愿意动弹，结果就像井底的青蛙，再也不可能跳出那个井口，去拥有广阔的天空。如果你不希望有一个平庸的人生，那么就从现在开始，放下眼前的安逸，去搏一搏。虽然眼下暂时过得比较窘迫，但是有可能拥有一个别人都羡慕的将来。

贫穷之谜



巴拉昂是一位年轻的媒体大亨，以推销肖像装饰画起家，在不到 10 年的时间里，迅速跻身于法国 50 大富翁之列。1998 年，他因前列腺癌在法国博比尼医院去世。临终前，他留下遗嘱，把他 4.6 亿法郎的股份捐献给博比尼医院，用于前列腺癌的研究，另有 100 万法郎作为奖金，奖给揭开贫穷之谜的人。

巴拉昂去世后，法国《科西嘉人报》刊登了他的遗嘱。他说：“我曾是一个穷人，去世时却是以一个富人的身份走进天堂的。在跨入天堂的门槛之前，我不想把我成为富人的秘诀带走，现在秘诀就锁在法兰西中央银行我的一个私人保险箱内。谁若能通过回答穷人最缺少的是什么而猜中我的秘诀，他将得到我的祝贺。当然，那时我已无法从墓穴中伸出双手为他的睿智欢呼，但是他可以从那只保险箱里荣幸地拿走 100 万法郎，那就是我给予他的掌声。”

遗嘱刊出后，《科西嘉人报》收到大量信件，有的骂巴拉昂疯了，有的说《科



西嘉人报》为提升发行量在炒作，但多数人还是寄来了自己的答案。大部分人认为穷人最缺的是金钱。穷人还能缺什么？当然是钱了，有了钱，就不再是穷人了。有一部分人认为穷人最缺少的是机会，一些人之所以穷，就是因为没遇到好时机。另一部分人认为穷人最缺少的是技能，现在能迅速致富的都是有一技之长的人，一些人之所以成了穷人，就是因为学无所长。还有的人认为穷人最缺少的是帮助和关爱，每个党派在上台前，都曾给失业者大量的许诺，然而上台后真正关爱他们的又有几个？另外还有一些其他答案，比如：是漂亮、是皮尔·卡丹外套、是《科西嘉人报》、是总统的职位、是沙托鲁城生产的铜夜壶等。总之，答案五花八门，应有尽有。

巴拉昂逝世周年纪念日，他的律师和代理人按巴拉昂生前的交代，在公证部门的监督下打开了那只保险箱。在48 561封来信中，有一位叫蒂勒的小姑娘猜对了巴拉昂的秘诀。蒂勒和巴拉昂都认为穷人最缺少的是野心。



要成为一个富人，首先必须有成为有钱人的梦想。人太穷了，就会整天为生存而奔忙和劳碌，他的头脑里失去了产生财富的渴望，也就失去了成为富人的条件。

成为有钱人的野心实际上是一种致富目标，只有树立了目标，才能为实现这一目标进行规划，逐步实现最终的梦想。一个没有雄心壮志成为有钱人的人，又怎么会为了成为有钱人而努力呢？

有钱却置数年闲



《圣经》上有一则劝人善加理财的故事，叙述一个大地主有一天将他的财产托付给三位仆人保管与运用。他给了第一位仆人五个单位的金钱，第二位仆人两个单位的金钱，第三个仆人一个单位的金钱。地主告诉他们，要好好珍惜并善加



管理自己的财富，一年后再看看他们是如何处理钱财的。

第一个仆人拿到这笔钱之后做了各种投资；第二位仆人则买下原料，制造商品出售；第三位仆人为了安全起见，将他的钱埋在树下。一年后，地主召回三位仆人检视成果，第一位及第二位仆人所管理的财富皆增加了一倍，地主甚感欣慰。唯有第三位仆人的金钱丝毫未增加，他向主人解释说：“唯恐运用失当而遭受损失，所以将钱存在安全的地方，今天将它原封不动奉还。”

主人听了大怒，并骂道：“你这个懒惰的仆人，竟不好好利用你的财富。”不善利用财富等于浪费金钱，浪费了天赋资源。《圣经》故事内的第三位仆人受到责备，不是由于他乱用金钱，也不是因为投资失败遭受损失，而是因为他把钱存在安全的地方，根本未好好利用。



穷人的理财方式很单一，他们所谓的理财就是将钱存入银行。多数穷人认为钱存入银行能赚取利息，能享受复利，那些金钱已作了妥善安排。事实上，他们不知道利息在通货膨胀的侵蚀下，实际报酬率接近于零。更重要的是，要想靠将钱存入银行而致富，是难如登天的。穷人缺乏的是投资观念。

有些苦穷人吃不来



两个乡下人外出打工。一个准备去上海，一个准备去北京。他俩在候车厅等车时，听候车的人议论说，上海人精明，外地人问路都收费；北京人质朴，见吃不上饭的人，不仅给馒头，还送旧衣服。说者无心，听者有意。准备去上海的人想，还是北京好，挣不到钱也饿不死，幸亏还没上车，不然真掉进了火坑；去北京的人想，还是上海好，给人带路都能挣钱，还有什么不能挣钱的？我幸亏还没上车，不然真失去了一次致富的机会。旁人的议论让他俩都改变了初衷。



于是他俩在退票处偶遇了，互相交谈后，他们交换了车票，然后各奔东西。去北京的人发现，北京果然好。他初到北京的一个月，什么都没干，竟然没有饿着。不仅银行大厅里的太空水可以白喝，而且大商场里“欢迎品尝”的点心也可以白吃，捡点破烂卖钱还能寄点钱回家。

去上海的人发现，上海果然是一个遍地黄金的城市。只要愿意干活，什么都可以赚钱：带路可以赚钱，看厕所可以赚钱，弄盆凉水让人洗脸居然也可以赚钱！

他敏锐地观察到：上海人特别喜欢养花。他脑子一转，有了个做无本生意的想法。第二天一早，他在郊区装了10包泥土，冠以“花盆土”的名义，以一块钱一包的价格兜售，居然被一抢而空。当天他在城郊间往返6次，净赚了50元钱。这50元钱，是他掘得的第一桶金，激励起了他的创业雄心和信心。他开始研究各种土壤，哪种花卉适宜在何种土壤中生长。渐渐地，他的“花盆土”名气越来越大，生意越来越好。不久，他便在上海拥有了一间门面，过上了衣食无忧的日子。

但他并没有满足，还是不断地寻觅商机。在常年的走街串巷中，他又有一个新的发现：当时的清洗公司只负责洗楼而忽略了招牌的清洗，结果好多商店楼面亮丽但招牌却污渍斑驳。他立即抓住这一空当，买了些人字梯、水桶和抹布，办起一个小型清洗公司，专门负责擦洗招牌。由于抢占了市场的先机，公司迅速发展，最终他的公司拥有150多个员工，业务也由上海延伸到杭州、南京等周边城市。

若干年后，他坐火车去北京考察清洗市场。在北京火车站，一个捡破烂的人把头伸进软卧车厢，向他索一只啤酒瓶。就在递瓶时，两人都愣住了，因为5年前，他俩在此交换过车票，那情景犹如在昨天。

由于两个人观念的不同，造成最后两人的命运有了天壤之别。可见观念可以影响我们对人生的态度，改变我们的命运。



穷人对许多商机视而不见，或者遇到许多问题就急于躲避，有苦不愿吃，有钱不愿赚。这样的观念造成了他们一穷再穷的结局。如果你不想当一辈子穷人，那就看清这些前车之鉴，摒弃这些穷人一贯的“作风”，勇敢坦然地去迎接挑战，创造一生的财富。



跳蚤实验



穷人奋斗一辈子还是穷人，这是为什么呢？我们不禁要问这样一个问题：“你为什么不是亿万富翁？”

为此，心理学家做了这样一个实验：他们把一只跳蚤放在了一个玻璃杯里，跳蚤立即就轻而易举地跳了出来。然后再重复几遍，结果还是一样。

接下来实验者再次把这只跳蚤放进杯子里，不过这次不同的是，他们在杯口盖上一块玻璃板。这次跳蚤仍然没命地往上跳，只听“嘭”的一声，跳蚤重重地撞在玻璃板上。但是它并没有停下来，而是照样不厌其烦地跳着，因为这是它惯用的逃生方式。可是一次次被撞之后，跳蚤也开始变得聪明起来了，它开始根据盖子的高度来调整自己所跳的高度。又过了一会儿，实验者发现这只跳蚤再也没有撞击到盖子，而是在玻璃板的下面自由地跳动。

一天后，实验者把这个玻璃板轻轻拿掉了，但跳蚤还是在原来的高度不停地跳。即使三天以后，也没有发现什么异样。

一周过去了，那只可怜的跳蚤仍然没有突破玻璃杯口，其实它已经无法跳出这个玻璃杯了。

跳蚤为什么跳不出玻璃杯了呢？原因就在于实验条件改变之后，跳蚤的思维形成了一种惯性，在它的思想中，玻璃杯口已经成为一个不可逾越的障碍，它已经将自己封闭在玻璃杯中了。

心理学家弄明白了为什么很多穷人奋斗一辈子依旧是穷人。



这个实验给我们一个重要的启示，那就是：穷人的思维已经被贫穷这块“玻璃板”禁锢了。在他的思维中，瓶口是不可逾越的，他只能在贫穷这只瓶子中跳来跳去。可见，一个人要是一开始就认定自己不可能取得非凡的成就，形成了某种思维定式，这是很可怕的事情，这意味着他真的不可能再有什么突破了。



井植岁男家的园艺师傅



日本三洋电机的创始人井植岁男，有着成功的事业和辉煌的人生。

有一天，他家的园艺师傅对他说：“社长先生，我看您的事业越做越大，而我却像树上的蝉，一生都坐在树干上，太没出息了。您教我一点创业的秘诀吧？”

井植点点头说：“行！我看你比较适合园艺工作。这样吧，在我工厂旁边有7万平方米空地，我们合作来种树苗吧！1棵树苗多少钱能买到呢？”

“400 日元。”

井植又说：“好！扣除过道，2万平方米大约种2万棵，树苗的成本大概是1 000 万日元。3年后，1棵可卖多少钱呢？”“大约3 000 日元。”“1 000 万日元的树苗成本与肥料费由我支付，以后3年，你负责除草和施肥工作。3年后，我们就可以收入6 000 多万日元的利润。到时候我们每人一半。”

听到这里，园艺师傅却慌忙拒绝说：“哇？我可不敢做那么大的生意！”

最后，他还是在井植家中栽种树苗，按月领取工资，始终没有脱离穷人的行列……

园艺师傅的思维就是典型的穷人思维。他也想致富，但一听说要涉及那么多钱，他可能考虑到风险，考虑到未来的辛苦，考虑到自己将遇到的困难，考虑到……他就放弃了行动，最后只能以“我可不敢做那么大的生意”来否定自己，继续过按月领取工资的生活。



穷人都有共同的特点，能习惯一切，也能适应一切。只知道做事情，不琢磨自己所做的事情对自己到底有什么样的意义，自己这样做下去会有什么样的结果。或者什么也不想，什么也不去做，只是随着生活的习惯前行，走到哪步算哪步。有很多穷人知道自己的生活艰苦，但不知道为什么苦。他们的日子今年这样，明年还这样，一辈子都这样，他们会躺在铺满稻草的冷床上发牢骚，咒骂该死的生活，但就是不想换个活法。



宝石没有稻草贵



一天，两个朋友来到一个城市。甲对乙说：“你知道吗，这座城市曾经救过我的性命。那一年我从这里路过，突然急病发作，昏倒在路旁。是这座城市里最善良的人们把我背到医院，请医生为我治好了病。我不知道谁是我的救命恩人，因为他们都没有留下姓名。后来我离开了这座城市，现在我有很多财富，我想报答我的救命恩人。”

“那么，你准备为这座城市做点什么呢？”

“把我最珍贵的3颗宝石奉送给这里最善良的人们。”

他们在这座城市住了下来。第二天，甲就在自己的门口摆了一个小摊，上面摆着3颗闪闪发光的宝石。甲还在摊位上写了一张告示：“我愿将这3颗珍贵的宝石无偿送给善良的人们。”可是，过往的行人只是驻足观望了一会儿，然后又各走各的路去了。整整一天过去了，3颗宝石无人问津。两天过去了，3颗宝石仍遭冷落。又是3天过去了，3颗宝石还是寂寞无主。

甲大惑不解。乙笑了笑说：“让我来做个试验吧。”于是，乙找来一根稻草，将它装在一个精美的玻璃盒里，盒中铺上红丝绒布，标签上写着：“稻草一根，售价1万美元。”

此举一出，立刻产生轰动效应，人们争先恐后，前来询问稻草的非凡来历。乙说这根稻草乃某国国王所赠，系王室家中传家之物，保佑着主人的荣华富贵。

结果，这根稻草被人以8000美元买去。3颗宝石依然在熠熠发光，可人们只是把它们当做假货，当做哄小孩子的东西而已。



穷人总认为“酒香不怕巷子深”，所以即使他出售的东西质量很好，别人也无从知道，最后好东西也只能卖低价格。事实就是这样，穷人就是缺乏那种去思考包装的思维。所以种果树的果农发财的不太多，反而是那些贩卖果子的商贩容易发财，正是这个道理。



杀鸡取金卵



有个地方住着一对贫穷的夫妇，他们拥有很小的一块田地，每年依靠田中的收成勉强过活。幸好他们还养着一只母鸡，每天可以得到一个鸡蛋。

突然有一天，这只鸡下了一个金蛋。农夫把金蛋拿到市场上去卖，结果得到了一大笔钱。

农夫回到家里，直盯着下金蛋的鸡看，心想以后再也不用辛勤地耕种了，需要什么东西，直接到商店或市场去买就行了。

靠着一天一个金蛋，夫妇俩很快发了大财，并且买下了肥沃的田地，又盖起了漂亮的大房子，请了许多仆人，日子过得舒服极了。

但是他们非常贪心，对这一切并不满足。有一天妻子说：“既然母鸡每天可以下一个金蛋，那它的肚子里一定有很多很多的金蛋，说不定就是一个小金库……”

丈夫兴奋地对她说：“对，我们干脆把鸡杀了，从肚子里把所有的金蛋都拿出来！”

于是他迅速地拿来了一把刀，把那只下金蛋的鸡杀了。但是剖开之后，他发现这只鸡和普通的鸡并没有什么两样，哪里有什么金蛋啊？

这就是典型的穷人思维，他们不想细水长流，慢慢积累财富。他们渴望一夜暴富，一蹴而就，结果，拔苗助长的人不但没有得到粮食，反而失去了所有的禾苗。

※ 重点※



穷人总想挣大钱，却不知大钱是由小钱积累而成的，大事也得一步一步去做。穷人做小事很多时候都是迫于无奈，一边做，一边牢骚满腹。他们把做不成大事归结为穷的制约，以为一旦有了钱，就可以随心所欲，一展宏图。其实大事并不像想象的那么简单，没有做小事的经验和积累，就算有人出钱让你去做大事，你也未必能做好。



“等”的结果



伊塔几天来一直坐在他的地边而不挖已经成熟的土豆，他的邻居安第问他为什么不干活，伊塔说：“我不用受累，我的运气好极了。有一次我正要砍几棵大树，忽然一阵飓风把大树刮断了。又有一次我正要焚烧地里的杂草，一个闪电把它们全烧光了。”

“噢，你的运气真不错，那你现在在干什么呢？”安第问。伊塔回答说：“我在等地震把我的土豆从土里面翻出来。”

这个故事和中国的守株待兔故事有异曲同工之妙。可想而知，那些成熟的土豆直到烂掉了也不会被地震翻出来。

现实中的确有这样的事情发生：

李彦从念大学的时候起，就一直梦想当电视节目主持人。

她觉得自己具有这方面的才干，因为每当李彦和别人相处时，即便是陌生人也都愿意亲近她并和她长谈。

她知道怎样从别人嘴里“掏出心里话”。她的朋友们称她是他们的“亲密的随身精神医生”。

李彦自己常说：“只要有人愿给我一次上电视的机会，我相信一定能成功。”

但是，她为达到这个理想而做了些什么呢？什么也没做！

李彦在等待奇迹出现，希望一下子就当上电视节目主持人。这种奇迹当然永远也不会到来。因为在她等奇迹到来的时候，奇迹正与她擦肩而过。



坐着等待是穷人的通病，他们从不肯自己去行动、去追求。人们创业、创富和成功，当然需要一些运气，但运气绝不是创富的唯一和首要条件。运气只青睐那些时刻做好准备的人。



把工作当做差事来应付



在现实的工作中，有很多穷人只知道抱怨公司，却不反省自己的工作态度，似乎根本不知道被公司重用是建立在认真完成工作的基础上的。他们整天应付工作，并发出这样的言论：“何必那么认真呢？”“说得过去就可以了。”“现在的工作只是个跳板，那么认真干什么？”结果，他们失去了工作的动力，不能全身心投入工作，自然不能在工作中取得斐然成绩。最终，聪明反被聪明误，失去了本应属于自己的升迁和加薪机会。

迈克在一家贸易公司工作了1年，由于不满意自己的工作，他愤愤地对朋友说：“我在公司里的工资是最低的，并且老板也不把我放在眼里，如果再这样下去，有一天我就要跟他拍桌子，然后辞职不干。”

“你对那家贸易公司的业务都清楚吗？对于做国际贸易的窍门完全弄懂了吗？”他的朋友问道。

“没有！”

“君子报仇，十年不晚！我建议你先静下心来，认认真真的对待工作，并且把他们的一切贸易技巧、商业文书和公司组织完全搞通，甚至包括如何书写合同等具体事务都弄懂了之后，再一走了之。这样做岂不是既出了气，又有许多收获吗？”

迈克听从了朋友的建议，一改往日的散漫习惯，开始认认真真的工作起来，甚至下班之后，还留在办公室研究商业文书的写法。

一年之后，那位朋友偶然遇到他。

“你现在大概都学会了，可以准备拍桌子不干了是吧？”

“可是我发现近半年来，老板对我刮目相看，最近更是委以重任了，又升职，又加薪。说实话，现在我已经成为公司的红人了！”

“这是我早就料到的！”他的朋友笑着说，“当初你的老板不重视你，是因为你工作不认真，又不努力学习；而后你痛下苦功，担当的任务多了，能力也强了，当然会令他对你刮目相看。”

全世界有钱人都在读的赚钱故事



很多穷人像故事中的迈克一样，把工作当做差事来应付，不顺心了就想跳槽。他们从来都不知道，只有努力工作，业绩才会优秀。把工作当做差事来应付，这是一种典型的穷人思维导致的穷人行为了。

改不了的时间观



穷人从不重视时间，他们做事总是拖拖拉拉、懒懒散散，最终只能一事无成。

一个危重病人迎来了他生命中的最后一分钟，死神如期来到了他的身边。他对死神说：“再给我一分钟好吗？”死神回答：“你要一分钟干什么？”他说：“我想利用这一分钟看一看天，看一看地。我想利用这一分钟想一想我的朋友和我的亲人。如果运气好的话，我还可以看到一朵绽开的花。”

死神说：“你的想法不错，但我不能答应。这一切都留了足够的时间让你去欣赏了，你却没有像现在这样想去珍惜。你看一下这份账单：在60年的生命中，你有1/3的时间在睡觉；剩下的30多年里你经常拖延时间；你曾经感叹时间过得太慢的次数达到了10 000次，平均每天一次。上学时，你拖延完成家庭作业；成人后，你抽烟、喝酒、看电视，虚掷光阴。

“你的时间明细账罗列如下：做事拖延的时间从青年到老年共耗去了36 500个小时，折合1 520天；你做事有头无尾、马马虎虎，使事情不断地要重做，浪费了300多天；因为无所事事，你经常发呆；你经常埋怨、责怪别人，找借口、找理由、推卸责任；你利用工作时间和同事侃大山，把工作丢到一旁毫无顾忌；工作时间呼呼大睡，你还和无聊的人煲电话粥；你参加了无数次无所用心、懒散昏睡的会议，这使你的睡眠时间远远超出了20年；你也组织了许多类似的无聊会议，使更多的人和你一样睡眠超标；还有……”

说到这里，这个危重病人就断了气。死神叹了口气说：“如果你活着的时候



能节约一分钟的话，你就能听完我给你记下的账单了。哎，真可惜，世人怎么都是这样，还等不到我动手就后悔死了。”



那个危重病人也许至死都没有明白，他的一生浪费了多少时间。他也许还不知道，穷人就是这样，从不重视时间，即使是给予他充分的时间，他也会让岁月从手边悄悄溜走。因此我们要做有心人，将每一分每一秒都利用起来，这样成功才会眷顾我们。



第 3 辑

全世界有钱人都在用的博弈智慧

创富如棋。追求财富的过程中每个人如同棋手，每一个行为如同在一张看不见的棋盘上布子，精明慎重的“棋手”们揣摩、牵制、争赢，“下”出诸多精彩纷呈、变化多端的“棋局”。



敢“借”敢为



洛维格小时候，向父亲借钱买下一艘搁置很久的柴油机动船，并将它维修好，承包给别人。结果，他不但还清了父亲的钱，自己还获利 500 美元。这件事对小小的洛维格影响很深远，让他明白了“借”对于一无所有的人的重要性。这一点在他以后的生涯中屡屡受用。

到了而立之年的洛维格，总是债务缠身，常常会遇到破产般的困境。他很想有一番作为，但是这时的他却没有足够的资金。于是他有了一个奇异而超常的想法。

洛维格将自己唯一的一艘老油轮租给石油公司。由于自己没有担保人，于是他“借”着石油公司良好的信誉，从纽约大通银行“借”了一笔数目可观的贷款。

洛维格有了贷款后就去买了自己一直想要的货轮，然后加以改装，使它的航运能力得以强化。有了新油轮，洛维格仍然是将其包租出去，自己收租金，再贷一笔款，再去买更好一些的船……洛维格的事业就这样一步一步地扩大了。而且他收的租金总是会比贷的款要多。当他还清一笔款子，就会有一艘油轮成为他个人的。就这样，洛维格拥有的船只越来越多，谁也不会想到他最初只是不名一文的人。

最终，洛维格成了世界上吨位最大的 6 艘油轮的主人，而他同时还在做着旅游、房地产和自然资源开发等行业的生意。



世界上许多精明的富商都是靠“借”致富的。每借一次，他们都能把自己的财富扩大数倍。世人眼中所谓生意的成功，并不是只靠实现自己的构想，而是巧妙地运用他人的智慧和金钱，以创造自己的另一番事业。



火灾留下的高额回报



1835年，约瑟夫投资参加了一家叫做“伊特纳火灾”的小型保险公司。所谓投资，也不要现金，出资者的信用就是一种资本，只要在股东名册上签上姓名即可。投资者在期票上署名后，就能收取投保者交纳的手续费。只要不发生火灾，这无本生意就稳赚不赔。

然而不久，纽约发生了一场大火灾。投资者聚集在约瑟夫的旅馆里，一个个面色苍白，急得像热锅上的蚂蚁。很显然，不少投资者没有经历过这样的事件。他们惊慌失措，愿意自动放弃自己的股份。

约瑟夫便把他们的股份统统买下。他说：“为了付清保险费用，我愿意把这旅馆卖了，不过得有个条件，以后必须大幅度增加手续费。”

这真是一场赌博，成败与否，全在此一举。

另有一位朋友也想和约瑟夫一起冒这个险。于是，两人凑了10万美元，派代理人去纽约处理赔偿事项，结果，代理人从纽约回来的时候带回了大笔的现款。这些现款来自新投保的客户，他们出了比原先高一倍的手续费。与此同时，“信用可靠的伊特纳火灾保险”已经在纽约名声大振。这次火灾后，约瑟夫净赚了15万美元。



能够把握住关键时刻，通常可以把危机转化为赚大钱的机会。风险是上帝对勇士的最高嘉奖。不敢博弈的人就没有福气接受上帝恩赐的财富。

巧打时间差



曾有这样一个故事，1987年，余韦达辞掉中学教师的工作，向妹妹借了200元钱与另一位同学闯荡北京。最初他在京郊某乡镇企业做推销员，一年后，



他挣了5万元。这对于一位初闯北京的人来说，应该是不错的了。但他没有满足，他在寻找着机会。有一天，他办事路过前门，在一座三层楼前，被一则招租启事吸引住，启事上说，产权拥有者欲将这幢破旧的三层楼出租，年租金40万元，但条件是租金要一次性交齐。前门是北京最繁华、客流量最大的地段之一，如果能在这地段拥有一片店，就意味着拥有一棵摇钱树。余韦达看中了这栋楼，但被它昂贵的租金、苛刻的付款方式难住了。此时，他的5万元钱只是年租金的1/8。借，来北京才一年，举目无亲，也无有钱朋友，何处可借？贷，能贷到款，还来北京闯天下？此时，余韦达灵机一动，不自觉地用了一招“空手道”——打时间差。

于是他先找到房主，把5万元钱交给房主作为定金租下了这座空楼。他与房主签订了一份协议，协议规定：45天内，余韦达把年租金40万元交齐，若45天拿不出租金，房主没收定金，房子另租他人。

租房协议签订后，他又找到一家装饰公司，凭着租房协议，他与装饰公司签订装修协议。协议规定装修公司在25天内按余韦达的设计思路把房子装修一新，45天后，付装修费。

接着，他凭着租房协议和装修协议，与5家商场签订赊销协议。又以赊账的方式购置了地毯、桌椅、厨房用具、卡拉OK设备等，其价值和装修费用达70万元。装修后的楼房，已经摇身变成了一个中档饭店。余韦达四处张贴招租广告，在不到20天的时间，有20多位有意者前来洽谈，最终，他以140万元的价格转租出去。这样，在很短的一段时间内，他还清欠款后还净赚30万元。他收到140万元租金时，离他交房主租金的时间，仅仅只有3天，如果再过3天，无法交给房主租金，则前功尽弃，赔了辛辛苦苦挣来的5万元不算，还要欠70万元债务。当然，这是险招，稍有不慎，将全军覆没。此后，他成立了丹依公司，连连使用“空手道”，像变魔法似的，使丹依公司的资产呈几何级增长，不到3年时间，便由注册时的100万元，发展到1992年的3亿元。



善打时间差，是有钱人博弈的一种重要方式。有钱人认为，在生活中，时间就是金钱，要善于捕捉每一次机会，善于利用每一次机会，在时间的间隙中挣钱。



亏小本赚大钱



美国加利福尼亚州萨克拉门托的一个青年，做家庭用品通信销售，便是以小钱赚大钱的成功案例。首先，他在一流的妇女杂志刊载他的“1美元商品”广告，所登的供货商都是有名的大厂商，出售的产品都很实用，其中大约20%的商品进货价格超出1美元，60%的进货价格刚好是1美元。所以杂志广告一刊登出来，订购单就像雪片般飞来。

他并没什么资金，这种方法也不需要资金。客户汇款过来，用收来的钱去买货就行了。

当然汇款越多，他的亏损便越多，但他并不是一个傻瓜。他在寄商品给顾客时，再附带寄去20种3美元以上100美元以下的商品目录和商品图解说明，并附一张空白汇款单。

虽然卖1美元商品有些亏损，但他是以小金额的商品亏损买顾客的“安全感”，强化自己的信用。顾客会因为信任他而向他买较昂贵的东西。如此昂贵的商品不仅可以弥补1美元商品的亏损，而且可以获取很大的利润。

就这样，他的生意就像滚雪球一样越做越大，1年之后，他成立了一家通信销售公司。3年后，他雇了50多个员工，1974年的销售额高达5000万美元。当时他不过是一个29岁的小伙子。

在市场竞争中，有些企业经营者由于受资金、设备、人才、技术等客观条件的限制，目的不可能一下子就达到。这个例子告诉我们：没本钱没关系，可以先用别人的钱建立信誉，然后买空卖空，也可大获成功。



用小钱赚大钱的方法有很多，但归纳起来有两点：一要开动脑筋想办法；二要利用一切可以利用的条件。虽然不像说起来这么简单，但只要努力去实践，只要凭智慧借机找窍门，挣大钱并非可望而不可即。



哈佛生的选择



南得原来是哈佛大学的一名学生，一天傍晚他过马路时，被从他面前驶过的汽车车灯刺得睁不开眼。就是这几束光芒，唤醒了南得的灵感：发明一种车灯，让它既能照亮前面的路，又不刺激行人的眼睛，岂不是两全其美？说干就干，南得第二天就办了休学手续，开始了偏光车灯的创造发明。

辛苦一年，第一块偏光片终于制成了。但当南得申请专利时，却发现已有4人申请了此项专利。南得并未气馁，埋头继续进行改进研究，3年后，功能更为完善的偏光片研制成功，专利局最终把这项专利授予了南得。再过两年，南得争取到了40万美元的风险投资，世界上第一家车灯制造公司随之宣告成立。通过6年的不懈努力，南得终于实现了他的梦想，将他发明的车灯装到了大部分美国人的车上。

车灯的上市给南得带来了可观的利润，是继续创新去迎接更大的挑战，还是停住脚步从此过着小康生活？南得选择了前者。几年后，立体电影轰动了世界，但观众必须戴上南得公司生产的眼镜才能入场，南得又在这个项目上大捞了一把。

有一次，南得的女儿天真地问他：“爸爸，照片拍完能不能马上看到呀？”这句话触动了他的发明灵感。经过多年研究，南得发明了瞬时显像技术，照完相后能在60秒钟内洗出照片，这就是后来风靡世界的“拍立得”相机。

经过10年发展，南得经营的公司销售额猛增了50倍，利润也增加了10倍，南得从当初的穷小子一跃成为美国著名的企业家。



敢于博弈必须冲破旧有观念的束缚。过去做不到的事情，并不意味着今天也做不到。运用逆向思维方法获取财富，有时需要你先牺牲部分利益，以小博大，方能实现自己的目标。



空手套白狼



在美国乡村，有一个老头和他的儿子相依为命。一天，有一个人找到老头，对他说：“尊敬的老人家，我想把您的儿子带到城里去工作。然后您给我一笔酬金，行吗？”老头气愤地说：“不行，绝对不行，你滚出去吧！”这个人说：“如果我在城里给您的儿子找个对象，可以吗？”老头摇摇头：“不行，快滚出去吧！”这个人又说：“如果我给您儿子找的对象，也就是您未来的儿媳妇是洛克菲勒的女儿呢？”老头想了又想，终于被让儿子当“洛克菲勒的女婿”这件事情说动了。

过了几天，这个人找到了美国首富、石油大王洛克菲勒，对他说：“尊敬的洛克菲勒先生，我想给您的女儿找个对象。”洛克菲勒说：“快滚出去吧！”这个人又说：“如果我给您女儿找的对象，也就是您未来的女婿是世界银行的副总裁，可以吗？”于是洛克菲勒就同意了。

又过了几天，这个人找到了世界银行总裁，对他说：“尊敬的总裁先生，您应该马上任命一个副总裁！”总裁先生摇着头说：“不可能，这里这么多副总裁，我为什么还要任命一个副总裁呢，而且必须马上？”这个人说：“如果您任命的这个副总裁是洛克菲勒的女婿，可以吗？”总裁先生当然同意。最后，老头的儿子轻而易举地当上了洛克菲勒的女婿，当然，也是世界银行的副总裁。这个中间人也得到了一笔可观的酬金。



“空手套白狼”是高明的投资者善于使用的一种手段，它往往会带来一本甚至无本万利的收益。对空手套白狼，也要用逆向思维去考虑，它是一个褒义词，而非贬义，并且要转换思维，这不是只有富者才能做到的事，穷人也能做到，而且尤其应该去尝试，这是一种白手起家的最好办法。



把地皮赠送给联合国



第二次世界大战的硝烟刚刚散尽，以美英法为首的战胜国几经磋商，决定在美国纽约成立一个协调处理世界事务的联合国。一切准备就绪之后大家才蓦然发现，这个全球至高无上、最权威的世界性组织，竟没有自己的立足之地。

买一块地皮吧，刚刚成立的联合国机构还身无分文。让世界各国筹资吧，牌子刚刚挂起，就要向世界各国搞经济摊派，负面影响太大。况且刚刚经历了二次大战的浩劫，各国政府都财库空虚，甚至许多国家都是财政赤字居高不下。在寸土寸金的纽约筹资买下一块地皮，并不是一件容易的事情。筹划者对此一筹莫展。

听到这一消息后，美国著名的家族财团洛克菲勒家族经商议，马上果断出资870万美元，在纽约买下一块地皮，将这块地皮无条件地赠与了这个刚刚挂牌的国际性组织——联合国。

同时，洛克菲勒家族亦将毗连这块地皮的大面积地皮全部买下。

对洛克菲勒家族的这一出人意料之举，当时许多美国大财团都吃惊不已，870万美元，对于战后经济萎靡的美国和全世界，都是一笔不小的数目呀，而洛克菲勒家族却将它拱手赠出了，并且什么条件也没有。这条消息传出后，美国许多财团主和地产商都纷纷嘲笑说：“这简直是蠢人之举！”并纷纷断言：“这样经营不出10年，著名的洛克菲勒家族财团，便会沦为著名的洛克菲勒家族贫民集团！”

但出人意料的是，联合国大楼刚刚建成完工，毗邻它四周的地价便立刻飙升，相当于捐赠款数十倍、近百倍的巨额财富源源不尽地涌进了洛克菲勒家族财团。这种结局，令那些曾经讥讽和嘲笑过洛克菲勒家族捐赠之举的财团和商人们目瞪口呆。



其实有许多时候，赠与也是一种投资经营之道。有舍有得，只有舍去，才能得到。“赠与”别人，其实就是“赠”给自己。



700 万美元这样筹集



1968 年春，罗伯·舒乐博士立志在加州用玻璃建造一座水晶大教堂，他向著名的设计师菲力普·强生表达了自己的构想：

“我要的不是一座普通的教堂，我要在人间建造一座伊甸园。”

强生问他预算，舒乐博士坚定而坦率地说：“我现在一分钱也没有，所以 100 万美元与 400 万美元的预算对我来说没有区别，重要的是，这座教堂本身要具有足够的魅力来吸引捐款。”教堂最终的预算为 700 万美元。700 万美元对当时的舒乐博士来说是一个不仅超出了能力范围，也超出了理解范围的数字。

当天夜里，舒乐博士拿出一页白纸，在最上面写上“700 万美元”，然后又写下了 10 行字：

- 一、寻找一笔 700 万美元的捐款
- 二、寻找 7 笔 100 万美元的捐款
- 三、寻找 14 笔 50 万美元的捐款
- 四、寻找 28 笔 25 万美元的捐款
- 五、寻找 70 笔 10 万美元的捐款
- 六、寻找 100 笔 7 万美元的捐款
- 七、寻找 140 笔 5 万美元的捐款
- 八、寻找 280 笔 2.5 万美元的捐款
- 九、寻找 700 笔 1 万美元的捐款
- 十、卖掉 1 万扇窗户，每扇 700 美元

60 天后，舒乐博士用水晶大教堂奇特而美妙的模型打动富商约翰·可林，他捐出了第一笔 100 万美元。

第 65 天，一位倾听了舒乐博士演讲的农民夫妻捐出第一笔 1000 美元。

第 90 天时，一位被舒乐博士孜孜以求的精神所感动的陌生人，在生日的当天寄给舒乐博士一张 100 万美元的银行本票。

8 个月后，一名捐款者对舒乐博士说：“如果你的诚意和努力能筹到 600 万美



元，剩下的 100 万美元由我来支付。”

第二年，舒乐博士以每扇 500 美元的价格请求美国人认购水晶大教堂的窗户，付款办法为每月 50 美元，10 个月分期付款。6 个月内，1 万多扇窗户全部售出。

1980 年 9 月，历时 12 年，可容纳 1 万多人的水晶大教堂竣工，成为世界建筑史上的奇迹和经典，也成为世界各地前往加州的人必去瞻仰的胜景。

水晶大教堂最终造价为 2 000 万美元，全部是舒乐博士一点一滴筹集而来的。

不是每个人都要建一座水晶大教堂，但是每个人都可以设计自己的梦想。每个人都可以摊开一张白纸，敞开心扉，写下 10 个甚至 100 个实现梦想的途径。



很多事情就是从一张纸、一支笔以及一个清单开始的。从零开始有各种好处，其中之一就是可以梦想，并且如果你有恒心和毅力和足够的坚持，某些梦想是可以实现的。

打战争的主意



南北战争前，时局动荡不安，各种令人不安的消息不断传来，战争的阴影笼罩着美国的大地。人人都在忙着安排自己身边的事，忙着安排家庭、财产。而约翰·洛克菲勒却在运用他的全部智慧思考怎样利用这场战争，怎样从战争里获得附加利益。

战争会使食品和资源缺乏，还会使交通中断，使市场价格急剧波动。洛克菲勒被自己的发现惊呆了，这不是一间金光灿烂的黄金屋吗？走进，将会满载而归。那时的洛克菲勒仅有一个资产 4 000 美元的经纪公司，而且其中一半的资金属于英国人克拉克。

洛克菲勒对这个问题着了迷，甚至和女友的父亲谈话时，也禁不住发问：“要是发生战争，北方的工业家和南方的大地主，哪个更赚钱？”这句唐突的问话使未来的岳父无言以对，并对他投以轻蔑的目光。洛克菲勒匆忙回到他的办公室，对伙伴克拉克说：“南北战争就要爆发了，美国就要分成南北两边打起来了。”“打



起来,打起来又怎么样呢?”克拉克一副迷迷糊糊没有睡醒的样子。

洛克菲勒胸有成竹地决定,我们要向银行借很多的钱,要购进南方的棉花、密歇根的铁矿石、宾州的煤,还有盐、火腿、谷物……克拉克惊诧无比,摊出双手:“你疯了,现在这么不景气!可你居然还想投机。”洛克菲勒嘲笑克拉克的无知,他说:“明年我们的目标是取得3倍的利润。”他昂着头,冷静而又自信。

在没有任何抵押的情况下,洛克菲勒用他的设想打动了一家银行的总裁汉迪先生,筹到一笔资金。一切都如洛克菲勒预料的那样,第四年他们小小的经纪公司利润已高达17万美元,是预付资金的4倍。在第一笔生意结账后仅仅两周,南北战争爆发了,紧接着,农产品的价格又上升了好几倍。洛克菲勒所有的储备都带来了巨额利润,财富就像滚动的雪球跟随着战争的车轮。等到美国南北战争结束,洛克菲勒已不再是个小小的谷物经纪人,而是腰缠万贯的富翁,并开始涉足石油工业。

洛克菲勒在风险中的决策是他事业的一个转折点,他在后来的经营中,始终记住了这一要诀:机遇存在于动荡之中,关键在于投身进去。



商场上常常会有一波未平,一波又起的时候,也常常会有看似平静,但内部暗藏危机的时候。一旦你勇于去开拓,敢于以小博大,那么最后你将会有意想不到的收获。在那些看似难以捉摸的风险背后,往往隐藏着巨大的财富!

让黑人妇女化妆



约翰逊最初在一家名为“富勒”的大公司负责推销黑人专用化妆品。虽竭尽全力,却成效甚微。他终于悟出:“自己推销的商品是特殊商品,特殊之处就在于消费者是黑人。”而黑人在美国的经济地位和社会地位普遍低下,受教育程度也大大落后于白人。他们不仅购买力有限,而且大多数人还不懂如何使用化妆品,



甚至根本连使用化妆品的欲望还没产生呢。他必须摒弃传统做法，另辟新路。

这一认识是约翰逊推销生涯的一个质的飞跃，为他开创一种全新的推销方式奠定了基础。怎样让黑人妇女喜欢化妆品呢？关键是要让她们体验到化妆前后的差别，以活生生的事实刺激她们想修饰自己的欲望。

他冒着赔本甚至丢掉“饭碗”的风险，一个“先尝后买”的全新推销方式脱颖而出。

约翰逊在黑人居住地区铺开摊子，先用租来的手风琴自拉自唱流行歌曲，吸引了来往的黑人。待人们聚拢后，他开始介绍化妆品的功效，并慷慨地请大家随意试用。爱美是人类的天性，谁不想使自己变得更漂亮些，更何况不用花钱就能打扮自己呢？羞怯的黑人妇女开始壮着胆凑过来，在约翰逊的指导下涂脂抹粉，陶醉在别人的注视和自我欣赏之中。可第二天一早恢复本来面目，就远不如化妆后漂亮了。妇女们不甘心了，约翰逊终于唤起了黑人妇女对化妆品的欲望。一个月后，“先尝后买”取得惊人效果，约翰逊所在的公司由此声威大震。



犹太人在长期的经商生涯中深信这一点：如果想赚钱，必须先让对方尝到甜头。一心想着赚钱的人，不仅不能赚大钱，而且还会被视为吝啬鬼。

洛斯家族的基本战术



洛斯查尔德家族的开创者麦雅，当初是一位贫民窟的穷孩子，做着古币和徽章收藏的小买卖。

在生意场上遭受种种歧视和碰了一次次壁的经历告诉麦雅：做生意必须具有一定的地位和身份，这样才能挣大钱，才能不被别人轻视。

麦雅经过三番五次的努力，终于打通了通往宫廷的门径。

一天，他获准晋见当地的领主毕汉姆公爵。麦雅趁此机会，以牺牲血本的超



低价格向公爵推销珍贵的徽章和古钱币。

公爵正在兴头上，一股脑儿买下了麦雅推荐的徽章和古钱币。但此时这位 20 岁的犹太小商人似乎并没有引起公爵的注意。

麦雅的目标不是这一笔买卖，而是要通过建立长期买卖抓住公爵这个人，他认为公爵对他将会有更大的用处。

他不断地以超低的价格向公爵推销古钱币和徽章。这样收集和买卖终于成为公爵的一大嗜好。

而麦雅呢？损失了许多经济利益，却牢固了和公爵的关系，并且深深赢得了公爵的信任。他经常替公爵兑换一些汇票，再后来，他掌握了公爵的一部分财产处理权，并在 25 岁的时候荣获了“宫廷御用商人”的头衔，实际上这也就解除了许多套在犹太人身上的枷锁。麦雅整整为公爵效力了 20 年。

在法国大革命期间，麦雅协助公爵进行金融和军火交易，为公爵赢得了不少利益。他把巨额资金借给那些正缺乏军费的君主和贵族以赚取定额利息，同时他还进行军火交易。很快地，珠宝、借据、期票等便堆满了他的金库。

当然，麦雅不会忘了自己的家族、自己的身份。他大力施展自己的商业才华，在战乱年代，他为家族赢得了巨额资产。他借用公爵为其后来建立犹太金融帝国打下了坚实的基础。

后来，将金钱、心血和精力压宝般地投注到某一特定人物身上的做法，已成为洛斯家族最基本的战术。



不惜血本与特权、强权建立牢固关系，然后回过头来再从这些人身上获取远甚于此的更大利益。

第 4 辑

爱拼才会赢： 百万富豪的财富箴言

巨额财富的拥有者通常不仅具有与众不同的观点和目光，而且更有坚持己见的执著精神。他们的执著源于自信和准确判断，而不是鲁莽和闭塞。创富唯有执著才能成功。而普通人要么不经过细心观察，观点脱离实际；要么在众人的一致责难之中偃旗息鼓，让计划胎死腹中。



蒙德为逆境而生



实业家路德维希·蒙德学生时代曾在海德堡大学发现了一种从废碱中提炼硫黄的方法。后来他移居英国，将这一方法带到英国，几经周折，才找到一家愿意同他合作开发的公司。结果证明他的这个专利是有经济价值的。蒙德由此萌发了自己开办化工企业的念头。

随后他买下了一种利用氨水的作用使盐转化为碳酸氢钠的方法，这种方法是参与发明的，当时还不很成熟。蒙德在柴郡的温宁顿买下一块地，建造厂房。同时，他继续实验，以完善这种方法。实验失败之后，蒙德干脆住进了实验室，昼夜不停地工作。经过反复而复杂的实验，他终于解决了技术上的难题。

1874年厂房建成，起初生产情况并不理想，成本居高不下，连续几年企业完全亏损。

在逆境中的坚忍性格帮助了蒙德，他毫不气馁，终于在建厂6年后的1880年取得了重大突破，产量增加了3倍，成本也降了下来，产品由原先每吨亏损5英镑，转为获利1英镑。

后来，蒙德建立的这家企业成了全世界最大的生产碱的化工企业。

没有在逆境中坚持不懈、默默奋斗的品格，蒙德也就不会取得后来的非凡成就。



有些人做生意，遇到挫折，往往会心灰意冷，一蹶不振，此后再也无心涉足商场。而有些人则不同，他们能坦然面对逆境，把逆境看做一种人生挑战，在外在的压力之下，能力得到了充分的发挥，对自己的潜力有了新的发现，自身的价值也得到了进一步的肯定。这样的人好像就是为逆境而生的，一帆风顺的时候，他们也许会昏昏欲睡，而一遇逆境，有了压力，反而精神抖擞，像换了一个人。



一代船王包玉刚



包玉刚年轻时靠一条破船闯大海，当年曾引起不少人的嘲弄。包玉刚并不在乎别人的怀疑和嘲笑，他相信自己会成功。他抓住有利时机，正确决策，不断发展壮大自己的事业，终于成为雄踞“世界船王”宝座的华人巨富。包玉刚创立的“环球航运集团”，在世界各地设有20多家分公司，曾拥有100多艘载重量超过2000万吨的商船队。他拥有的资产达50亿美元，曾位居香港十大财团的第三位。包玉刚的成功，令世界上许多大企业家为之震惊：他靠一条破船起家，经过无数的惊涛骇浪，渡过一个又一个难关，终于建起了自己的王国，结束了洋人垄断国际航运界的历史。回顾一下他成功的道路，他在困难和挑战面前所表现出的坚定信念，对我们每个人都有有益的启示。

包玉刚不是航运家，他的父辈也没有从事航运业的。中学毕业后，他当过学徒、伙计，后来又学做生意。30岁时曾任上海工商银行的副经理、副行长，并小有名气。31岁时包玉刚随全家迁到香港，他靠父亲仅有的一点资金，从事进出口贸易，但生意毫无起色。他拒绝了父亲要他投身房地产的要求，表明了从事航运的打算，因为航运竞争激烈，风险极大，亲朋好友纷纷劝阻他，以为他发疯了。

但是包玉刚却信心十足，他看好航运业并非异想天开。他根据从事进出口贸易时获得的信息，坚信海运将会有广阔的发展前途。经过一番认真分析，他认为香港背靠大陆，通航世界，是商业贸易的集散地，其优越的地理环境有利于航运业的发展。37岁的包玉刚正式决心搞海运，他确信自己能在大海上开创一番事业。于是，他抛弃了他所熟悉的银行业、进口贸易，投身于他并不熟悉的航海业。对于穷得连一条旧船也买不起的外行人，谁也不肯轻易把钱借给他，人们根本不相信他会成功。他四处告贷，但到处碰壁，尽管钱没借到，但他经营航运的决心却更坚定了。后来，在一位朋友的帮助下，他终于贷款买来一条20年航龄的烧煤旧货船。从此，包玉刚就靠这条整修一新的破船，扬帆起锚，跻身于航运业了。



白手起家的富翁，他们的成功不在于他们拥有特殊技术本领，也不在于他们的家庭背景，而仅仅在于他们的自信和坚忍不拔，在于他们比其他人先行了一步。



绝不放弃最后的争取



20 世纪 60 年代末，美国实业家哈默为石油致富梦想踏上了利比亚的土地。

然而哈默到了利比亚才发现，除了美国为维持其轰炸机基地而支付的费用外，利比亚几乎没有其他外来财政资助。在早年被意大利占领期间，墨索里尼为寻找石油花费了上千万美元而一无所获；埃索石油公司也花费了数百万美元，打了好几口井；另外还有壳牌公司，耗资 500 万美元打出的全是废井。

哈默到达利比亚时，正值利比亚政府准备进行第二轮出让租借地的谈判，出租地大多是原先某些公司放弃的地域。根据利比亚法律，各国的石油公司应尽快开发其租得的地域，如开不出石油，就须将部分租借地归还利比亚政府。

哈默的西方石油公司参与了投标，他最后只得到了两块并不很满意的地皮，但他还是投下了大本钱开始打井。

刚开始，公司在第一块租借地打的三口井滴油不见。西方石油公司第二大股东里德坚持要撤出利比亚，他说：“这里不是我们这样的小公司应该来的地方，已经扔了 500 万美元，还能扔得起多少？”

这是实话。的确，小公司不可能花大本钱开采这种没有把握的地块，但是哈默的坚持却促使他在这里继续打下去，他认为不应该放弃最后的努力。

几周后，一台西方石油公司的钻井机在几家大石油公司放弃的地块下面钻出了油，接着又打出了 8 口油井，而且是一种异乎寻常的高级原油，含硫量极低，每天可产 10 万桶。

与此同时，哈默的好运气又在第二块租借地上出现了。西方石油公司利用新的地震勘探技术，仅耗资 100 万美元就打到了一口珊瑚礁油藏，不用油泵，石油也会无休止地自动喷涌而出。不久又打出了第二口日产 73 万桶原油的珊瑚礁油藏。

至此，哈默这个规模不大的西方石油公司竟成了利比亚最大油田的主人。



哈默这种“追求目标，不放弃最后的努力”的执著精神，是每个创业者必须学习的。浅尝辄止、遇难就退是致富的大忌，也是人生失败的根本原因。



88岁才成功的创业者



他5岁时就失去了父亲。

他14岁时从格林伍德学校辍学开始了流浪生涯。

他在农场干过杂活，干得很不开心。

他当过电车售票员，也很不开心。

16岁时他谎报年龄参了军，但军旅生活也不顺心。

一年的服役期满后，他去了阿拉巴马州，在那里他开了个铁匠铺，但不久就倒闭了。

随后他在南方铁路公司当上了机车司炉工。他很喜欢这份工作，他以为终于找到了属于自己的位置。

他18岁时结了婚，仅仅过了几个月时间，在得知太太怀孕的同一天，他又被解雇了。

接着有一天，当他在外面忙着找工作时，太太卖掉了他们所有的财产，逃回了娘家。

他没有因为老是失败而放弃，别人也是这么说的，他确实非常努力了。

他曾通过函授学习法律，但后来因生计所迫，不得不放弃。

他卖过保险，也卖过轮胎。

他经营过一条渡船，还开过一家加油站。

但这些都失败了。

有人说，认命吧，你永远也成功不了。

有一次，他躲在弗吉尼亚州若阿诺克郊外的草丛中，谋划着一次绑架行动。

他观察过那位小女孩的习惯，知道她下午什么时候会出来玩。他静静地埋伏在草丛里，思索着，他知道她会在下午两三点钟从外公的家里出来玩。

尽管他的日子过得一塌糊涂，可他从来没有过绑架这种冷酷的念头。然而此刻他却借着屋外树丛的掩护，躲在草丛中，等待着一个天真无邪、长着红头发的小姑娘进入他的攻击范围。为此他深深地痛恨自己。



可是，这一天，那位小姑娘没出来玩。

因此他还是没能突破一连串的失败。

后来，他成了考宾一家餐馆的主厨和洗瓶师。要不是那条新的公路刚好穿过那家餐馆，他会在那里取得一些成就。

接着他就到了退休的年龄。

他并不是第一个，也不会是最后一个到了晚年还无以为荣的人。

幸福鸟，或随便什么鸟，总是在不可及的地方拍打着翅膀。

时光飞逝，眼看一辈子都过去了，而他却一无所有。

要不是有一天邮递员给他送来了他的第一份社会保险支票，他还不会意识到自己已经老了。

那天，他身上的什么东西愤怒了，觉醒了，爆发了。

政府很同情他。政府说，轮到你击球时你都没打中，不用再打了，该是放弃、退休的时候了。

他们寄给他一张退休金支票，说他“老”了。

他说：“呸！”

他收下了那 105 美元的支票，并用它开创了新的事业。

而今，他的事业欣欣向荣。

而他，也终于在 88 岁高龄大获成功。

这个到该结束时才开始的人就是哈伦德·山德士，肯德基的创始人。



天无绝人之路，不管你经历多少挫折、多少磨难，只要一直努力，就一定会创造奇迹。即使上帝关上所有的门，也还会给你留下一扇打开的窗，而你自己，一定要有永不言败的精神！



黄金在苦难中被提炼



皮尔·卡丹是法国乃至世界最伟大的时装设计大师，是创新和冒险的奇才，堪称当今世界的风云人物。出生于贫苦农民家庭的皮尔·卡丹，在童年时代就显示出服装设计的天才，7岁时就完成了他的第一件时装作品。此后，他只身闯荡巴黎，在服装行业不断推陈出新，开创了服装业的卡丹时代。同时，卡丹还以自己的经营天才，建立起服装、餐饮、家具等几十种产业帝国——卡丹帝国，他也因此成为财富巨子。

皮尔·卡丹出生于贫困家庭，从小就培养出毫不气馁、顽强拼搏的坚强意志。他2岁时就随家人为了逃避贫穷和战乱，踏上了背井离乡的征途；他14岁时就放弃了学业，到当地的一家小裁缝店去当学徒工；他16岁时就独自离家闯荡，为了生计，当过店铺的伙计、红十字会的会计，甚至当过家庭男佣。苦难的经历并没有磨灭他固有的天性。

理想的焰火在酝酿了多年以后，终于找到了突破口。二战后，皮尔·卡丹来到了梦寐以求的花都巴黎，成了一名出色的高级时装设计师。但是，他并没有因此满足，他要接受新的挑战，那就是迈出独立经营的第一步，他在巴黎搞起了剧院经营。现实是残酷的，丝毫不懂经营的卡丹虽然有几位好友的支持和帮助，可还是没能避开失败的重创，等他开始对商业、理财稍有感悟的时候，已是“重债之身”了，那时卡丹才28岁。初涉经营圈即遭遇失败的卡丹并未一蹶不振、意志消沉，反而迸发出更加旺盛的斗志。不久，卡丹便做起了成衣商。他加倍努力，凭着极为丰富的想象力，在成衣行业里设计出许多款式新颖的独特时装，这使他很快便又恢复了元气。1950年，卡丹倾其所有积蓄，开设了第一家戏剧服装公司，这是卡丹大显身手的地方，也是卡丹帝国崛起的起点。



创业之路布满荆棘，只有百折不挠、顽强拼搏的人才能到达成功的巅峰，皮尔·卡丹的非凡的经历向我们展示了他就是这样一个不怕孤独、勇于冒险的成功者。如果我们希望自己的人生有所成就，也应该学习卡丹身上的一些坚忍不拔、执著向前的品质。



跌跌撞撞成领带大王



曾宪梓出生于广东梅县的一个农民家庭，从小生活极其艰苦，家中经济困难。他 1961 年毕业于中山大学生物系，1963 年 5 月去泰国，1968 年又回到香港。在这段时间中，他的处境极为艰难。经过长期的琢磨思考，有一天他终于从市场的“缝隙”中找到了发展的机遇：香港服装业很发达，400 多万香港人中，不少人有好几套西装。可曾宪梓发现，在香港没有一家像样的生产高档次领带的工厂，于是他决定开设领带厂。

曾宪梓在决定办领带厂后，遇到了一系列想象不到的困难。

最初，他从人们的价格承受能力考虑，准备生产大众化、低档次领带，试图以便宜的价格来吸引顾客，他想：领带的批发价低至 58 元一打，减去成本 38 元，还可以赚 20 元。可惜，现实却偏偏开他的玩笑——买主拼命压价，利润所剩无几。尽管这样，还有大量领带销不出去。

他吸取了产品“受阻”的教训，决定尝试生产高档次领带。

于是他又借了一笔钱，购买了一批高级布料，赶做了许多领带。岂料，领带商因怀疑产品质量而不从他这里进货，这又造成了产品的积压。

曾宪梓想，别人不买我的货，主要是不认识这些货，如果将它放在高档商店的显著位置，就会引起别人的注意，可能会打开销路。他把自己缝制的 4 条领带寄存在当时位于旺角的瑞星百货公司内，要求陈列在最显眼的位置，供顾客选择。功夫不负有心人，他的领带受到广泛好评，随之而来的是销量的大增。曾宪梓也因此而一举成功。



人的一生之中，大部分成就都会受制于各种各样的问题，因此，在解决这些问题的时候，不要满心抱怨，轻言放弃。不妨把自己想象成一个富人，有很多的资本和机会，心态放轻松，成功总有一天会眷顾你。



扼住命运的咽喉



李斯特是一名极其优秀的雇员，虽然他才 25 岁，但已是一名销售经验丰富的老手。这位年轻且收入高的奇迹创造者，认为自己是战无不胜的。他是地毯业一流的销售经理，是公司的支柱。他住在豪华的别墅里，屋内摆设着奢侈的家具，一切看来都很美妙。

一天早上，李斯特先生被告知他的公司被卖了。更糟糕的是，买家没有兴趣要李斯特先生继续担任销售经理。这个消息不啻是一个晴天霹雳，顷刻之间，他感到自己的一切梦想都成了泡影，他又要沦落到小时候那种贫困的生活中去了。这种失落的痛苦在李斯特先生身上持续了好几个月。终于，李斯特先生从痛苦中走了出来。他认识到，以前自己的命运都掌握在别人手中，为什么不能让自己来掌握自己的命运呢？他决定自己成立一个地毯销售中心，并从国际大都市纽约搬到美国地毯之乡佐治亚达尔顿。这是李斯特先生掌握自己命运的唯一选择，虽然刚开始时他身无分文。

用了 7 年时间，李斯特先生终于从困境中走了出来。现在李斯特先生刚刚 50 岁出头，他的地毯公司的资产已达到 3000 万美元，他还有许多其他产业。今天，李斯特先生仍在为自己的事业而工作，只不过干的是另一种不同的工作，他把大部分时间用在计划和管理他的投资上。他已完完全全在为自己工作，而不必再为别人工作了，并实现了他的诺言：真正掌握自己的命运。



天有不测风云，但这并不能成为你停滞不前的理由。
不要做失败情绪的奴隶，要做自己命运的主人。



惠普的来历



惠尔特和普克德在大学毕业之后，就深受“传统”观念之害，饱尝了寻找工作的苦。庆幸的是他们后来有所醒悟，转变了思维观念：与其找工作，不如自己创业，为别人提供就业机会。摆脱了受雇于人的思想束缚，他们决定干自己的事业。两人合伙凑了 538 美元，在加州租了一间车库，办起了公司，分别取二人姓名中的第一个字母为公司名称，这就是后来闻名于世的惠普公司。

创业之初，迎接他们的是凄风苦雨：他们苦心研制出的音响调节器推销不出去；试制出的发球出界显示器无人问津。但这并没有使两个人气馁，他们用这些与求助于人、四处寻找工作相比，想到自己在为别人创造工作机会，这点困难算不了什么，于是他们依然雄心勃勃，夜以继日地研究、改进，四处奔波去推销。功夫不负有心人，他们研制的检验声音效果的振荡器开始有了几个买主，这令他们感到欣慰。第二年，他们的辛苦终于有了回报，赚了 1563 美元。

他们为自己赚的 1563 美元感到高兴，同时也深深地感受到了创业的辛劳，又从这艰辛中体验到了常人无法感受到的快乐。

20 世纪 70 年代初，普克德凭着他在商海搏击的经验和永不服输的精神，在“硅谷”创业，坚持以微电子工业作为惠普的发展方向。时至今日，惠普在电子计算机硬件技术方面仍然是首屈一指的，是全世界微电子工业最重要的电子元器件、配套设备供应商之一。



坚持就是胜利。创业的道路肯定少不了凄风苦雨，但只要坚持自己的信念不放弃，终能成就大业。



幸运的失败



奥登年轻的时候，曾经在芝加哥创办了一份教导人们成功的杂志，当时他没有足够的资本创办这份杂志，所以他就和印刷工厂建立了合伙关系。事实证明他成功了。

然而，他却没有想到他的成功对其他出版商造成了威胁。在他不知道的情况下，一家出版商买走了他合伙人的股份并接手了这份杂志。当时他不得不以一种感到非常耻辱的心态，离开他那份以爱为出发点的工作。

由成功到失败，最大的原因在于，奥登忽略了以和谐的精神与他的合伙人合作，他常因为一些小事和合伙人争吵。当机会出现在他面前时，他并没有把握住。他的自私和自负应该对他的失败负责，而他在业务上不够谨慎以及说话语气太生硬，也是造成他失败的原因。

但是，奥登却能够从这次的失败中找到重新创业的种子，他离开芝加哥前往纽约，在这里他又创办了一份杂志。为了完全控制业务，他必须激励其他只出资但没有实权的合伙人共同努力。同样他必须谨慎地拟订他的营业计划，因为现在他只能依赖自己的资源了。

在不到一年的时间里，这份杂志的发行量就比以前那份多了两倍多。其中一项获利来源是他所想出来的一系列函授课程，而这一系列的函授课程就成了个人成功学的第一笔编纂资料。

当奥登离开芝加哥的事业时，一度处在彷徨阶段。他可以从此放弃办杂志的事业，接受他太太的主意，安稳地从事律师工作；但是，他在失败中找到了等值利益的种子，并且精心培养这粒种子，圆了他人生最大的梦想。



失败了并不可怕，可怕的是你对自己丧失了信心。亿万富翁认为，失败只是向成功更近了一步。从长远来说，失败也是一次成功。



对“钱”途永不死心的百货大王



美国百货大王梅西于1882年出生在波士顿，年轻时出过海，以后开了一家小杂货铺，卖些针线。但是铺子很快就倒闭了。一年后他另开了一家小杂货铺，仍以失败告终。

在淘金热席卷美国时，梅西在加利福尼亚开了个小饭馆。本以为供应淘金客膳食是稳赚不赔的买卖，岂料多数淘金者一无所获，这样一来，小饭馆又倒闭了。

回到马萨诸塞州之后，梅西满怀信心地干起了布匹服装生意，可是这一回他不只是倒闭，而且是彻底破产，赔了个精光。

不死心的梅西又跑到新英格兰做布匹服装生意。这一回他时来运转了，他买卖做得很灵活，甚至把生意做到了街头小店。头一天开张时账面上才收入11.08美元，而现在位于曼哈顿中心地区的梅西公司已经成为世界上最大的百货公司之一了。



失败者总是说：“你要是尝试失败的话，就退却、停止、放弃、逃跑吧！你不过是无名小辈。”千万不要听信这种劝言。成功者对此从来都不加理会，他们在失败之后总会再去尝试。他们会对自己说：“这是一条难以成功的道路，现在让我再从另一条路上去尝试吧！”



胜利酬报有心人



罗森沃德 1862 年出生在德国的一个犹太人家庭，少年时随家人移居北美，定居在伊利诺伊州斯普林菲尔德市。

罗森沃德的家境不大好，为了维持生活，中学毕业后，他就到纽约的服装店做杂工。罗森沃德从年幼时就受犹太人的教育影响，使他拥有了艰苦奋斗的精神。他确信凡人皆有出头之日，一个人只要选定了目标，然后坚持不懈地向目标迈进，百折不挠，胜利一定会酬报有心人的。罗森沃德本着这种精神，十分卖力地赚了几百块钱。

“我要当一个服装老板。”这是罗森沃德的奋斗目标。为了实现这个目标，他除了在工作中留心学习和注意市场动态外，把全部的业余时间用于学习商业知识，找有关的书刊阅读。到 1884 年，他自认为有些经验和小额本金了，决定自己开设服装店。可是，他的商店门可罗雀，生意极不佳，经营了一年多，把多年辛苦积攒的一点点血汗钱全部赔光了，商店只好关门，罗森沃德垂头丧气地离开纽约，回到了伊利诺伊州。

痛定思痛，罗森沃德反复思考自己失败的原因。最后，他找出了原因：服装是人们的生活必需品，但又是一种装饰品，它既要实用，又要新颖，这才能满足各种用户的需求。而自己经营的服装店，没有自己的特色，也没有任何新意，再加上自己的商店未建立起信誉，没有销售渠道，那是注定要失败的。针对自己出师不利的原因，罗森沃德决心改进，他毫不气馁，继续学习和研究服装的经营办法。他一边到服装设计学校去学习，一边进行服装市场考察，特别是对世界各国时装进行专门研究。一年后，他对服装设计很有心得，对市场行情也看得较为清楚，于是，决定重整旗鼓。他向朋友借来几百美元，先在芝加哥开设一间只有 10 多平方米的服装加工店。

因为他的服装设计款式多又新颖精美，再加上灵活经营，很快博得了客户的欣赏，生意十分兴旺。两年后，他把自己的服装加工店扩大了数十倍，并把服装



店改为服装公司，大批量生产各种时装。从此以后，他财源广进，声名鹊起。



如果一个人不相信自己会战胜困难，那么他就很难具备动力。如果你的客户都觉得你不相信自己会成功，那么你就无法将产品推销出去。

富翁就是这样“炼”出来的



盖尔·博登是一个善于在逆境中发财的人，正是这一点，使他有了辉煌的成就。

早年，博登埋头于发明创造。他先是发明了脱水肉饼干，但未给他带来多少收益，相反，却使他在经济上陷入窘境。有了第一次失败的教训，博登未被困难击倒。经过两年反复的试验，他终于又制成了一种新产品——炼乳，并决定把它推向市场。

但是，博登为他的产品申请专利时，得到的答复是产品缺乏新意，并且，专利局官员告诉他，在已批准的专利申请存档中已经有数十种“脱水乳”的专利权。博登并不甘心，接下来他提出了三次申请，都被以不同的理由回绝了。

三次申请，三次被驳回，并未把博登击倒。他对专利权仍然穷追不舍，因为他坚信他的创造。结果他的第四次申请终于被批准了。

然而，推销新产品不是一帆风顺的。尽管博登每天花费 18 个小时在厂里教导炼乳的生产方法，监督生产程序，检查卫生情况；尽管他将炼乳的成本压至最低；尽管他小心地挑选一位社区领袖做他的第一位顾客……但是，当时当地的顾客习惯把掺有水分的牛奶放入一些发酵品，进行蒸馏。他们只觉得炼乳稀奇古怪，对它存有疑心，所以，很少有人问津。

出师屡屡不利，甚至到了山穷水尽的地步——博登的两位合伙人都失去了信心。第一家炼乳厂被迫关闭了。



博登破釜沉舟，又建起了新工厂。也许是他的努力感动了上帝，他的第二次尝试终于获得了成功。在他逝世时，他的公司已成为美国具有领导地位的炼乳公司。

在博登的墓碑上，有这样一段墓志铭：“我尝试过，但失败了。我一再尝试，终于成功。”

这正是对他一生的总结。



杰出的人物之所以能成功，一个重要的原因就是他们均能自强不息，并且具有必胜的信念。即使面对种种逆境、重重困难，他们也从未放弃过。生活中总有许多人抱怨自己没本事，从而消极平庸，但实际上每个人都有成功的潜质。正如拿破仑所言：“世上没有废物，只是放错了地方。”只要选准一条适合自己的路，坚持下去，自强不息，积极进取，就一定能成功。

【题解】 本题考查的是对《庄子·逍遥游》中“逍遥”一词的理解。

《逍遥游》是《庄子》内篇的第一篇，也是《庄子》思想的代表作。文章以鲲鹏变化为喻，阐述了“逍遥”的境界。所谓“逍遥”，即是一种无拘无束、自由自在、超然物外的精神状态。文章通过描绘鲲鹏之大、斥鴳之小、蜩与学鸠之小，以及列子御风而行、宋荣子、楚狂接舆、尧舜禹汤等事例，说明了只有达到“无己”、“无功”、“无名”的境界，才能实现真正的“逍遥”。文章最后指出，真正的“逍遥”是“乘天地之正，御六气之辩，以游无穷”。



第 5 辑

一枚铜钱的魔力： 玩转财富的魔方

不要小看小财源。生意虽小，但能积少成多，聚沙成塔，在民间向来有“小雨落成田”的谚语。闻名中外的温商，很多是以经营几分钱的纽扣和几毛钱的打火机起家的。谁能料想到那些推销塑料花和沿街卖米的人数年间便身价百亿？



从一只老鼠开始



梵授王在波罗奈治理国家的年代，有个青年小业主，聪明睿智，具有天生的经营本领。

有一天，他在大街上捡到一只老鼠，便决定以它为资本做点买卖。他把老鼠送给一家药店，得到一枚铜钱。他用这枚铜钱买了一点糖浆，又用一只水罐盛满一罐水。他看见一群制作花环的花匠从树林里采花回来，便用勺子盛水给花匠们喝，每勺里搁一点糖浆。花匠们喝后，每人送给他一束鲜花。他卖掉这些鲜花，第二天又带着糖浆和水罐到花圃去。这天，花匠临走时，又送给他一些鲜花。他用这样的方法，不久便积聚了8枚铜钱。

有一天，风雨交加，御花园里满地都是被狂风吹落的枯枝败叶，园丁不知道怎么清除它们。小业主走到那里，对园丁说：“如果这些断枝落叶全归我，我可以把它们打扫干净。”园丁同意道：“先生，你都拿去吧。”

小业主走到一群玩耍的儿童中间，分给他们糖果，顷刻之间，他们帮他把所有的断枝落叶捡拾一空，堆在御花园门口。这时，皇家陶工为了烧制皇家餐具，正在寻找柴火，看到御花园门口的这堆柴火，就从小业主手里买下运走了。这天，他通过卖柴火得到16枚铜币和水罐等5样餐具。

小业主现在已经有24枚铜币了，他心中又想出一个主意。他在离城不远的地方，放置了一个水缸，供应500个割草工饮水。这些割草工说道：“朋友，你待我们太好了，我们能为你做点什么呢？”“等我需要的时候，再请你们帮忙吧！”之后他四处游荡，结识了一个陆路商人和一个水路商人。

陆路商人告诉他：“明天有个马贩子带500匹马进城来。”听了陆路商人的话，他对割草工们说：“今天请你们每人给我一捆草，而且，在我的草没有卖掉之前，你们不要卖自己的草，行吗？”他们同意道：“行！”随即拿出500捆草，送到他家里。马贩子来后，走遍全城，也找不到饲料，只得出1000枚铜币买下这个小业主的500捆草。



几天后，水路商人告诉他：“有条大船进港了。”他又想出了一个主意。他花了几个铜币，临时雇了一辆备有侍从的车子，冠冕堂皇地来到港口，以他的指环印做抵押，订下全船货物，然后在附近搭了个帐篷，他坐在里边，吩咐侍从道：“当商人们前来求见时，你们要通报3次。”

大约有100个波罗奈商人听说商船抵达，前来购货，但得到的回答是：“没你们的份了，全船货物都包给一个大商人了。”听了这话，商人们就到他那里去了。侍从按照事先的吩咐，通报3次，才让商人们进入帐篷。100个商人每人给他1000枚铜币，取得船上货物的分享权，然后又每人给他1000枚铜币，取得货物的所有权。

由于小业主巧妙经营，在很短的时间内，以一只老鼠为本，成了远近闻名的富商。



一只老鼠衍生出一枚铜钱，而一枚铜钱滚动起来，便能创造出万千资产。在日常生活中，某些人在思维过程中的跨度总是很大，能够海阔天空地想办法；而有些人则缺少应有的思维广度，只能在事物本身的框框内绕来绕去，思路总是打不开，在他们的头脑中，老鼠永远只是老鼠。

一枚硬币也要捡



两个年轻人一同寻找工作，一个是英国人，一个是日本人。一枚硬币躺在地上，英国青年看也不看地走了过去，日本青年却激动地将它捡起来。英国青年对日本青年的举动露出鄙夷之色：一枚硬币也捡，真没出息！日本青年望着远去的英国青年心生感慨：让钱白白地从身边溜走，真没出息！

两个人同时走进一家公司。公司很小，工作很累，工资也低，英国青年不屑一顾地走了，而日本青年却高兴地留了下来。



两年后，两人在街上相遇。日本青年已成了老板，而英国青年还在寻找工作。英国青年对此迷惑不解，说：“你这么没出息的人怎么能这么快地‘发’了？”

日本青年说：“因为我没有像你那样绅士般地从一枚硬币上迈过去。你连一枚硬币都不要，怎么会发大财呢？”

这个英国青年并非不需要钱，可他眼睛盯着的是大钱而不是小钱，所以他的钱总在明天。但是，没有小钱就不会有大钱，你不懂得从小钱积起，那么财富就永远不会降临到你的头上。



财富的积累离不开金钱的积累。而要积累金钱，还得掌握金钱的特性，因为钱是喜欢群居的东西，当它们处于分散的状态时，也许没有什么威力，但当它们由少成多地聚集起来时，成千上万的金币就会发挥巨大的力量。另外，金钱还有这么一个特性，就是你越尊重它，它便越拥护你，你越藐视它，它便越避开你。要想积累财富，首先就得掌握金钱的特性，不要放过身边的每一个小钱。

小商品，大利润



当新田富夫最初拆开一只一次性打火机时，他只是对这种新式打火机很感兴趣。而当他发现每只一次性打火机可连续使用1000次，售价却比1000根火柴低许多时，新田富夫头脑中潜在的那种日本人特有的善于经商的火花一下子被点燃了：生产这种一次性打火机大大有利可图。

新田富夫毕业于一所电气专科学校，善于观察、肯动脑筋的他总是对一些陌生的新产品、各种电器甚至一些新奇的玩具抱有浓厚兴趣。毕业后，他来到一家打火机制造厂，当时是20世纪70年代初，日本的打火机市场上还没有出现过一次性打火机。但是细心的新田富夫在一本杂志上读到法国一家公司1970年出售

第5辑 一枚铜钱的魔力：玩转财富的魔方



过一次性的打火机，出于职业的敏感，他跑遍许多图书馆和资料室，弄到一份介绍这种新式打火机的资料，又费尽周折买到几只样机。他开始精心地分析研究样机。这种一次性打火机先灌好燃料，机身密封非常好，不漏气，而且耐用，携带和使用都比火柴方便。新田富夫算了一下，1 000 支火柴要花 400 日元，而一只一次性打火机可以连续使用 1 000 次，其成本可控制在 100 日元以内，这是多么大的利润啊！他当即决定要仿制生产这种新型打火机，最后他获得了成功。

一只一次性打火机也就值几毛钱，对于这么一个小商品，一般人都不屑一顾，认为生产它没什么利可图。但是做生意就是这样：谁也不愿意去经营的商品你去干了，你就可能抓住了赚钱的机会。新田富夫所在的日本的东海精器公司就是把眼光瞄准了一次性打火机这种小商品，做成了举世瞩目的大生意——产品占领了日本国内一次性打火机市场的 90%，在世界一次性打火机市场上成为第二大供应商。



赚钱少没关系，只要能够把握住机会，在理性原则的主导下，对资金的支配有了自主权，就不怕小钱赚不出大钱来。

小钱也是股神的最爱



1996 年被美国《财富》杂志评定为美国第二大富豪的巴菲特，被公认为股票投资之神。他是以“小钱”起家的典型。巴菲特在 11 岁就开始投资第一支股票，把他自己和姐姐的一点小钱都投入股市。刚开始一直赔钱，他的姐姐一直骂他，而他坚持认为持有三四年才会赚钱，结果，姐姐把股票卖掉了，而他则继续持有，最后事实证明了他的想法是正确的。

巴菲特 20 岁时，在哥伦比亚大学就读。在那一段日子里，跟他年纪相仿的年轻人都只会游玩，或是阅读一些休闲的书籍，但他却大啃金融学的书籍，并跑去翻阅各种保险业的统计资料。当时他的本钱不够又不喜欢借钱，但是他的钱还



是越赚越多。

1954年他如愿以偿到葛莱姆教授的顾问公司任职，两年后他向亲戚朋友集资10万美元，成立自己的顾问公司。该公司的资产增值30倍以后，1969年他解散公司，退还合伙人的钱，把精力集中在自己的投资上。

巴菲特从11岁就开始投资股市，历经几十年坚持不懈。因此，他认为，他今天之所以能靠投资理财创造出巨大财富，完全是靠近60年的岁月，慢慢地创造出来的。



比尔·盖茨强调，千万别自大地认为你是个“做大事，赚大钱”的人，而不屑去做小事、赚小钱。要知道，连小事也做不好、连小钱也不愿意赚或赚不来的人，别人是不会相信你能做大事、赚大钱的！

用时间差放大钱的魔力



1985年，安徽李氏兄弟俩抓住了一个机会，在20天内，以1万元资本做成一笔370万元的生意，净赚60万元，至今仍令许多批发商叹为观止。

当时，安徽针棉织品批发公司准备将仓库里积压的价值370万元的手套袜子内衣内裤一次性5折出手。汉正街很多人都知道这消息，可谁有本钱和胆量去一次吃进185万元的货？就在别人摇头叹息之时，李氏兄弟俩却在家里密谋策划，设计了一个使“自己的风险最小化，所获的利润最大化”的方案。

第二天，兄弟俩找到合肥粮食局百货经营部，提出两家联手吃下这笔生意。实施步骤是：李氏兄弟俩以1万元现金交给粮食局作抵押金，粮食局作保并开具一张为期一个月、数字为185万元的支票给针棉织品批发公司，让针棉织品公司出货。李氏兄弟负责一个月内将货销完并付清支票款。兄弟俩进一步开出双方合作条件：利润二八分成，粮食局二，李家兄弟八。

如果李氏兄弟一月内不能销完货，将按支票额的20%向粮食局赔款。这时

第5辑 一枚铜钱的魔力：玩转财富的魔方



双方打着相同的“小九九”：粮食局有钱，但无经营才能，吃得下货却怕销不动；王氏兄弟没钱，但有经营才能，销得下货却吃不下货。双方一拍即合。

很快，这一优势互补的策划水到渠成。李氏兄弟将这批货按质量好坏和不同样式，照一定比例搭配成3万元至5万元一份，以原价7.5折发给了合肥各批发商，一时间人人争抢提货。

其间，两兄弟又动脑筋：将市场细分，对症下药。按各批发商不同的经营风格和性格进行货物分配。比如老年人经营求稳求慢，周期较长，两兄弟就将质差价低的“死货”销给他们；而性格急、周转求快的年轻商贩，就发给俏销的货，以加快周转速度。就这样，仅20天，针棉织品批发公司积压多年的内衣内裤就被兄弟俩销售一空！最后，两人以1万元的本钱净赚60万元。



李氏兄弟经商获得成功的最大秘诀就是，在发财的机遇面前，巧妙地运用时间因素，将资金灵活运用，使得小本钱的魔力放大，从中谋取高额的利润。

尼西奇的尿布神话



日本尼西奇股份公司是一家以小小的尿布而闻名日本的知名企业。尼西奇股份公司原来是一个经营橡胶制品的小厂，只有30多人，当时由于经营不善，已经濒临破产，然而，小小的尿布却让尼西奇公司起死回生。如今，他们的年销售额为70亿日元，产品不仅占领了国内市场，而且远销世界70多个国家和地区。从中不难看出，只要市场需要，小商品同样能做成大生意。

当尼西奇长期以来为寻找主导产品而犯愁时，董事长多川博无意中看到了一份日本人口普查表，得知日本每年有250多万婴儿出生。年轻妈妈没有不为尿布而发愁的。他由此想到，婴儿出生，尿布是不可缺少的，如果每个婴儿用两条，全国一年就需要500万条，这是一个多么广阔的市场啊！像尿布这样的小商品，



大企业根本不屑一顾，而小企业的人力、物力和技术尽管有限，如果能独辟蹊径，必定有所作为。商品不在于大小，只要市场上需要，同样能成为畅销货，做成大生意。基于这样的考虑，多川博认为这里有一个广阔的市场，决定放弃其他产品的生产，专门生产尿布系列。

就这样，尼西奇公司凭借独特的销售方式和不断创新的精神，不到两年，不但在日本国内建立了完整的销售网点、分支机构，而且还把它推向世界市场，并确立了尿布的垄断地位，很快尼西奇公司成了实力雄厚的跨国企业。在日本婴儿所使用的尿布中，每3条中有两条是尼西奇公司所生产的，该公司成为名副其实的“尿布大王”。



与日本享誉世界的品牌如松下电器、丰田汽车相比，小小的尿布并不起眼。然而，这种小商品居然能做成大生意，确是令人吃惊的事情。但你相信也好，不相信也罢，日本尼西奇股份公司就是靠着尿布发展起来的，并获得世界“尿布大王”的称号。

10元钱闯天下



华隆集团的创办人卢俊雄，虽出生于工程师家庭，但10岁时便开始瞒着家人，带着10元钱独闯武汉去寻求机遇，发掘财缘。开明的父亲想给他提供一点条件，于是给他3本邮票，让他去集邮。

卢俊雄凭着这些邮票，参加了1980年在广州文化公园举行的全国首届邮票展销会。可是他的兴趣放在了公园门口那三五一群换邮票的人堆里，他用卖报卖书的几十块钱，在市青少年宫、火车站、邮票公司等处，炒起了邮票，迈出了创业的第一步。

读初二时，他成立了广州第一个自发性的中学生社团——“省实”集邮社。

第5辑 一枚铜钱的魔力：玩转财富的魔方



他帮爱集邮的学生代买各种邮票，一般都提取“劳务费”。

上高二时，他组织了“中学生集邮冬令营”，各个学校有不少人报名。卢俊雄把他的集邮心得写成一篇文章，寄给香港《邮票世界》杂志，竟获刊登。更奇妙的是，一些海外邮票商竟纷纷来函寄钱，托他购买邮票，因为“邮票无国籍”，200枚以内夹在信封里邮寄无须纳税。因此，卢俊雄开始进入了“国际市场”。比如说，买到100元人民币的“错体票”（漏色、印倒、变体的邮票）寄出去可获100英镑的收益。

1986年底，卢俊雄念大学二年级的时候，做了另一次尝试，他找到了广州规模最大且价格最低的贺卡批发商，他说：“要去年的积压品。”这些不值钱的旧货，在一年之后都以高价卖出去了。不到10天，他赚了3000多元。

卢俊雄通过《集邮杂志》和邮票公司搜集了全国2000多个集邮爱好者的姓名、地址，用卖贺卡赚的3000多元钱办了份双面8开铅印的《南华邮报》免费寄给这些人。卢俊雄找到了一位大的邮票供应商，生意越做越大，1987年1月，他就做了3万多元的生意。到1989年，《南华邮报》已发行5万份，即拥有5万个客户。1991年2至8月间，由于股市整顿，邮票市场非常兴旺，邮票价格上涨了大约5倍，卢俊雄因此大获其利。

卢俊雄后来将目光转向了更高层次——房地产，一个富豪就这样走上了成功经商之路。



弱者等待机遇，而强者寻求机遇。机遇无处不在，只有积极寻求的人，才能像卢俊雄一样用10元钱去结下上亿的财缘，谱写财富的新篇章。



坐月子坐出的金点子



有的男人能吃苦、有头脑、会经商、能赚钱；其实有的女人也是经商的高手，而且有些女人的精明有时更会让人大吃一惊。没有几个女人会想到在月子里还能做生意、挣大钱，但是有一个温州女人就做到了。她就是温州美思春制衣有限公司的女老板唐思思。

她就是在月子里开始经商的：1988年，初为人母的唐思思在温州府前街上买下一个价值200元的“宝宝袋”。这种“宝宝袋”既美观又实用，唐思思越用越喜欢，居然在月子里做起了“宝宝袋”生意，一年下来净赚了3.8万元。如今唐思思旗下的美思春制衣公司生产的“风物”品牌女式休闲内衣已远销欧美、东南亚等20多个国家和地区，博得外国人的赞赏。月子里靠“宝宝袋”起家的唐思思如今大把大把地从洋人口袋里掏钞票，掏得理直又气壮。



连坐月子也能发家致富，可见，做生意并不在于做哪方面的生意，商品是大商品还是小商品，花的本钱是大本钱还是小本钱，而在于你如何去发挥小本买卖的优势。

先睡地板，后当老板



现任武汉温州商会副会长、武汉万家隆超市有限公司董事长的罗云远可谓功成名就，但当初16岁的他开始创业时，身上只有几十元钱，曾经因为走投无路而在武汉街头饿了三天三夜。而现在，他参与投资创建的占地1000多亩的武汉温州工业园，首期投资就接近两亿元。正所谓老板从睡地板开始，罗云远的经历

第5辑 一枚铜钱的魔力：玩转财富的魔方



充分证明了这一点。

1987年的一天，16岁的罗云远带了100多块钱走出家门，出来闯荡。可是到达武汉后不久，他身上就只剩下几十元钱了。那个时候，他开始担忧起自己的生计来，于是只能去吃最便宜的清汤面，接连几天后，连吃面的钱也没了，只得挨饿。

后来，走投无路的他只好向老乡和朋友求助，借钱租了一个门面，又四处找人，从老乡那里借了部分货物，一间很简陋的小店面开张了。开始几年，生意勉强能糊口。

但他觉得做这行不是发财之道，不久又转入五金行业。这次，他有了货源优势：家乡温州龙湾区是生产五金电料的大基地，亲戚朋友很多人做这行。1993年，罗云远在清芬路以每月1000元的价格租下一间30平方米的门面，他从朋友那里赊货出来做批发生意。

凭着“亏本买卖”的生意经，进的货以低于进价卖，引得客户纷至沓来，销售量增长很快。一年过去，高进低出也只亏了两三万元，但厂家“借”给他的货达到几十万元。罗云远用这些货借鸡生蛋，如卖出货款20万元，再进回100万元的货，就这样生意越做越大，终成大业。



亿万富翁并非一开始就是做大买卖的，甚至好多大老板一开始辛苦经营才获得薄利。然而，正是这些一点点积攒起来的薄利打下了基础，为日后的投资发展铺设了台阶。

小小眼镜全球化



素有“眼镜大王”之称的远洋眼镜公司老板叶子健是通过仿造走私品而起步的。1982年，叶子健高中毕业后，在温州蜜饯厂金工车间当了一名普通的工人，当时有许多走私的“金丝”眼镜流入温州市场。叶子健觉得这种眼镜受人欢迎，



样式新颖，一定有市场。于是他花了一个月的工资，买了一副金丝眼镜，然后将镜架拆卸，凭着自己对金工的了解，分头到其他配件厂加工，再自己装配，终于生产出第一批“金丝”镜架。虽然只有数百副，但这批眼镜以3元一副的价格拿到市场上，很快被客户一抢而光。

于是，叶子健辞掉工作，召集几位朋友开始了大批量的眼镜生产，产品成本因此大大降低，销量也日益见旺。从此，叶子健走上了“眼镜大王”的人生之路。现在远洋眼镜产值已突破了10亿元，占全球销量的1/5，畅销20多个国家和地区。谁也不会想到一副不起眼的眼镜能做成这么大的产业。



规模小，设备简陋，技术水平低……这些都不是问题，只要脑子活，肯钻研，肯琢磨，不起眼的小东西也能做成大产业。

小穷镇变“第一市场”



永嘉县桥头原来是一个交通不方便的山岙小镇。改革开放以前，桥头人为了糊口，每年都有数千人走南闯北，外出弹棉花。1979年，两位弹棉郎自外地带点纽扣回来销售，既好销又赚钱。消息传开，许多人跟着做纽扣生意。各地的国营纽扣厂和百货批发站苦于纽扣积压，都乐于削价出售给他们。桥头的纽扣购销员增加到1万人以上，购销到的纽扣大批运到桥头，在此形成了大规模的纽扣市场。因一些新颖的纽扣供不应求，某些经商积累了资金的桥头人便筹备自己办厂。1981年出现第一家家庭纽扣厂，几年间达到三四百家，可以生产两三百种纽扣。自1983年起，一些人又由生产纽扣转到生产服装，不久当地又出现拉链厂。短短的几年间，桥头便由单一的纽扣销售市场，发展为销售、生产合一的专业产销基地和由纽扣、服装、拉链等产品组成的多元化的综合性市场，万商云集，车水马龙，1986年的交易额已达1.76亿元，被香港报纸称为“东方第一纽扣市场”。



只要有致富的心思和信念，再小的东西都有大赚头，
最小的商品——纽扣，也能做成“东方第一纽扣市场”。

欧洲的中国春卷



范先生开始在欧洲的丹麦自谋财路，混迹生意场几年，他想到利用自己独具特色的手艺广纳财源，于是他就开了一家中国春卷店。开始时生意并不好，范先生琢磨后明白了，纯粹的中国式春卷并不合欧洲人的胃口。他重新进行精心选择和配制，不再运用中国人常用的韭菜肉丝馅心，而是采用符合丹麦人口味的馅心。这一独具匠心的改变，外加范先生的不懈努力，原来惨淡经营的小店一时间顾客络绎不绝，慕名而来者云集。积累了资金后，范先生迫不及待地扩大生意。范先生就是凭着自己非同寻常的观察视角，利用有利的时机把事业推向高峰的。

他放弃了以前的手工操作，采用自动化滚动机新技术来生产中国春卷，并投资兴建了“大龙”食品厂，还建了相配套的冷藏库和豆芽厂。生意越做越大，范先生的春卷开始向丹麦以外的国家出口。他坚持“中国春卷西方口味”这一秘诀，针对欧洲各国人的不同口味，采用豆芽、牛肉丝、火腿丝、鸡蛋或笋丝、木耳、鸡丝、胡萝卜丝、白菜、咖喱粉、鲜鱼等不同原料来制作，生产出来的春卷营养卫生、香脆可口、风格各异，因而深受欧洲各国人的喜欢。

20世纪70年代末，经美国国会的专家化验鉴定后，美国政府决定每天向范先生订购10万只符合美国人口味的大龙春卷，以供给美国驻德国的5万士兵食用。

1986年，墨西哥正在举办第13届世界杯足球赛的时候，大批球迷忙于看球连吃饭都顾不上。范先生抓住这个机会，按照墨西哥人的口味习惯，生产了一大批辣味春卷销往墨西哥，结果被抢购一空。

范先生不断扩大生产规模，运用新的设备和技术，由默默无闻的小商贩一



举成为赫赫有名的大户。由于他的产品质量上乘，服务一流，中国式春卷名声大振。



许多从商者都渴望自己能做大宗买卖，赚大钱，但那毕竟是“大款”的专利，底子薄的人可望而不可即。其实，小生意也可以带来高利润，小东西一样可以赚大钱。范先生就是慧眼独具，靠小春卷起家，成了大富翁的。

第 6 辑

创业是金，守业是银： 有钱人的“理财经”

“你不理财，财不理你”，这话大有道理。即使是寻常百姓，理财与不理财的差别也可能是巨大的、悬殊的。所谓“大富在天，小富由人”，注意理财，“小富”是不难做到的。



3 个月内存够 3 万美元



当杰克还是个孩子的时候，他们家的生活是艰难的，但即使经济不宽裕，他的母亲总是尽一切力量，在可能的时候带给孩子们一些惊喜。无论何时她有了额外的钱，都一定会为孩子们买点什么——或者为杰克买一个新游戏机，或者带他们去看露天电影。杰克认为，他们总是一有了额外的钱就把它花掉，因此他们从来没有多余的钱可以存下来。

当杰克开始赚到很多钱的时候，他注意到一些奇怪的现象，即使他的收入高了许多，但是每到月底仍然是一分不剩。

几年前，杰克第一次想投资置产。他知道他至少需要 3 万美元的现款，但他自己从来没有存过那么多钱。所以他订出一个时间表，想在 6 个月以内存够钱，一个月要存 5 000 美元，这个数目似乎很遥远，但是杰克凭着信心开始行动了。

你家里有没有一个专门放账单的篮子或是抽屉？杰克有。他做的第一件事是把被称作“头期款”的新账单放进抽屉里。每个月 5 000 美元的账单看起来似乎很难付清，事实上，在最初一两个月，杰克试着想不理它，不过他还是按计划执行，并且试试看有什么其他方式，能确保这笔额外的账单可以和其他账单一块儿付清。

一件有趣的事随之发生了。因为杰克专心生财并且要保住他赚到的 5 000 美元，他愈来愈注意到自己曾经把钱轻率地花掉了。他也开始留意到一些以前没有注意到的机会：他开始冒比较大的风险，要客户为他的服务支付更多的金钱；他为他的产品开发新市场，并寻找利用时间、金钱和人力的方法，以便在较少时间内做完更多的事情。因为“头期款”的账单，他强化、放大了一向拥有的能力。很快，杰克的财富一步步地累积了起来……



理财并不是一件困难的事情，而且成功的理财还能为你创造更多的财富，困难的是你自己无法下定决心理财！如果你不学习理财，终将面临坐吃山空的窘境。



大富豪的“花”钱法



一位大富豪走进一家银行。“先生，你有什么事情需要我们效劳吗？”贷款部营业员一边小心地询问，一边打量着来人的穿着：名贵的西服、高档的皮鞋、昂贵的手表，还有镶宝石的领带夹……“我想借点钱。”“完全可以，你想借多少呢？”“1美元。”“只借1美元？”贷款部的营业员惊愕地张大了嘴巴。“我只需要1美元。可以吗？”贷款部营业员心里暗想：这人穿戴如此阔气，为什么只借1美元？他是在试探我们的工作质量和服务效率吧？于是他便装出高兴的样子说：“当然，只要有担保，无论借多少，我们都可以照办。”“好吧。”这个人从豪华的皮包里取出一大堆股票、证券等放在柜台上，“这些做担保可以吗？”

营业员清点了一下，“先生，总共50万美元，做担保足够了。不过先生，你真的只借1美元吗？”

“是的，我只需要1美元。有问题吗？”

“好吧，请办理手续，年息为6%，只要你付6%的利息，且在一年后归还贷款，我们就把这些作保的股票和证券还给你……”

富豪走后，一直在一边旁观的银行经理怎么也弄不明白，一个拥有50万美元的人，怎么会跑到银行来借1美元呢？

他追了上去：“先生，对不起，能问你一个问题吗？”

“当然可以。”

“我是这家银行的经理，我实在弄不懂，你拥有50万美元的家当，为什么只借1美元呢？”

“好吧！我不妨把实情告诉你。我来这里办一件事，随身携带这些票券很不方便，问过几家金库，想租他们的保险箱，但租金都很昂贵。所以我就到贵行将这些东西以担保的形式寄存了，由你们替我保管，况且利息很便宜，存一年也不过6美分……”

经理如梦方醒，十分钦佩这位先生，他的做法实在太高明了。

全世界有钱人都在读的赚钱故事



“能挣会花”的意思是“好钢要用在刀刃上”。“能挣”是“用自己所能去争取”，靠自己的劳动获取应得的报酬，“会花”就是“花有所值”，以最小的代价获取最大的利益。

洛克菲勒这样想



约翰·洛克菲勒一生至少赚了数百亿美元，可他平时却十分节省。洛克菲勒常到一家熟识的餐厅用餐。餐后，总给服务生 15 美分的小费。有一天，不知什么原因，他只给了 5 美分，服务生不禁埋怨道：“如果我像你那么有钱的话，我绝不吝惜那 10 美分。”洛克菲勒笑了笑，说：“这就是你为何一辈子当服务生的缘故。”

洛克菲勒已成为亿万富翁时，仍向被邀请去他别墅住了一天的朋友要去 10 美元的住宿费。

在日常生活中，他也非常节俭：信纸用到正反两面都用完为止；皮鞋更是精心保养，一双鞋能穿 10 年以上；记账本从不离身，每一笔花费都清清楚楚地写在上面。1880 年 6 月 5 日他的记账本上这样记录着：“早晨，外出吃了一个汉堡包，喝了一杯可乐，花去 3 美元；下午去看望朋友，带鲜花一束，花去 9 美元；黄昏去给朋友寄贺卡，买邮票花去 3 美分。”“3 美分”，这就是石油大王的记账本。他从不遗漏任何一笔开支，记账本有厚厚的一摞，并且每张纸正反面都用。

有一次他下班想搭公交车回家，发现还差 1 美元，于是向秘书借钱，并且说：“你一定要记得提醒我还，免得我忘了。”

秘书说：“请别介意，1 美元算不了什么。”

洛克菲勒听后十分不高兴，说：“这怎么算不了什么呢？把 1 美元存在银行里，要整整 10 年才有 1 美元的利息呀！”



有的人总是觉得，几块钱不算什么，可是冰冻三尺，非一日之寒。这一点我们应该向洛克菲勒学习，将事情从小事做起——注重细节，将财富从小钱攒起——注重节俭。学会“吝惜”每一分钱，因为再大的财富都是积少成多而来的。

富翁把银行当朋友



加州的威尔·杰克是百万富翁。起初他身无分文，直到外出工作，才有了一些积蓄。每个周末威尔会定期到银行存款，其中一位柜员注意到他，觉得这个人天生聪慧，知道金钱的价值。

威尔决定创业，从事棉花买卖，那位银行工作人员向他放款。这是威尔第一次使用别人的钱。一年半之后，他改为买卖马和骡子，过了几年，积累了许多的经验。

有一次，两个保险公司的业务员来找他。两个人都是优秀的保险业务员，业绩非常好，他们用推销保险的收入，自己开公司，却经营不善，只好把公司转卖给别人。

很多销售人员以为只要业绩好，企业就能获利，这是错误的观念。不当的管理会将利润腐蚀殆尽。他们的问题正是如此，两个人都不懂管理。

他们专程找威尔，说出自己失败的原因。“我们的公司没有了，推销保险至今所赚取的佣金，都交了学费。如今连养家糊口都有困难。”

“我们对于推销工作非常在行，应该尽量发挥。你具有专业的知识和经验，我们需要你，大家共同合作，一定会成功。”

几年之后，威尔买下他和那两位推销员共同创立的公司的全部股份，他怎么有钱？当然是向银行借钱。因为从小他就知道银行是他的朋友。

威尔向加州银行贷款。银行非常乐于把钱贷给像威尔一样有诚信，并且有可



行性的人。威尔的贷款额度不受限制，他的寿险公司，原来的资本只有 40 万美元。通过基本客户群制度，在短短 10 年之内，变为 4 000 万美元。后来，他又运用别人的钱投资旅馆、办公大楼、制造厂和其他企业。



看着别人赚钱容易，而自己一动手却会失败，这是许多不敢创业者的心理状态。要成功地创业，就一定要克服这种畏惧心理，找到一条风险小又容易成功的道路。显然，“利用别人的钱”的方法，比用现金的方法所赚的钱要多得多。

生意是滚起来的



普利策出生于匈牙利，17 岁时到美国谋生。开始时，他在美国军队服役，退伍后开始探索创业路子。经过反复观察和考虑后，他决定从报业着手。

为了搞到资本，他靠自己打工积累的资金赚钱。为了从实践中摸索经验，他到圣路易斯的一家报社，向报社老板求一份记者工作。开始老板对他不屑一顾，拒绝了他的请求。但普利策反复自我介绍和请求，言谈中老板发觉他机敏聪慧，勉强答应留下他当记者，但有个条件，半薪试用一年后再商定去留。

普利策为了实现自己的目标，忍受老板的剥削，并全身心投入到工作之中。他勤于采访，认真学习和了解报馆的各环节工作，晚间不断地学习写作及法律知识。他写的文章和报道不但生动、真实，而且法律性强，吸引了广大读者。面对普利策创造的巨大利润，老板高兴地吸收他为正式工，第二年还提升他为编辑。普利策也开始有点积蓄。

通过几年的打工，普利策对报社的运营情况了如指掌。于是他用自己仅有的积蓄买下一间濒临歇业的报馆，开始创办自己的报纸——《圣路易斯邮报快讯报》。

普利策自办报纸后，资金严重不足，但他很快就渡过了难关。19 世纪末，美



国经济开始迅速发展，很多企业为了加强竞争，不惜投入巨资搞宣传广告。普利策盯着这个焦点，把自己的报纸办成以传递经济信息为主的媒体，加强广告部，承接多种多样的广告。就这样，他利用客户预交的广告费使自己有资金正常出版发行报纸。他的报纸发行量越大，广告也越多，他的收入进入良性循环。即使在最初几年，他每年的利润超过15万美元。没过几年，他成为美国报业的巨头。



普利策初时分文没有，靠打工挣的半薪，然后以节衣缩食省下极有限的钱，一刻不置闲地滚动起来，让它发挥更大作用。这是一个做无本生意而成功的典型，是有钱人“不存款”和“有钱不置半年闲”的体现，是成功经商的诀窍。

点滴积累也是一种理财



有个叫哈罗德的青年，开始只是一个经营小型餐饮店的商人。他看到麦当劳里面每天人潮如水涌的场面，就感叹那里面所隐藏的巨大的商业利润。

他想，如果自己可以代理经营麦当劳，那利润一定是极可观的。

他马上行动，找到麦当劳总部的负责人，说明自己想代理麦当劳的意图。但是负责人的话却给哈罗德出了一个难题——麦当劳的代理需要200万美元的资金才可以。可哈罗德并没有足够的金钱去代理，而且相差甚远。

哈罗德并没有因此而放弃，他决定每个月都给自己存1000美元。于是每到月初的1号，他都把自己赚取的钱存入银行。为了防止自己花掉手里的钱，他总是先把1000美元存入银行，再考虑自己的经营费用和日常生活的开销。无论发生什么样的事情，都一直坚持这样做。

哈罗德为了自己当初的计划，整整坚持不懈存了6年。由于他总是在同一个时间——每个月的1号去存钱，连银行里面的服务小姐都认识了他，并为他的坚



忍所感动!

现在的哈罗德手中有 7.2 万美元,是他长期努力的结果。但是对 200 万美元来讲,仍然是远远不够的。

麦当劳负责人知道了这些,终于被哈罗德的不懈精神感动了,当即决定把麦当劳的代理权全部交给哈罗德。

就这样,哈罗德开始迈向成功之路,而且在以后的日子里不断向新的领域发展,最终成为一代巨富。

如果哈罗德没有坚持每个月为自己存入 1 000 美元,就不会有 7.2 万美元了。如果当初只想着自己手中的钱太微不足道,不足以成就大事业,那么他永远只能是一个默默无闻的小商人。为了让自己心中的种子发芽,哈罗德从 1 000 美元开始慢慢充实自己的口袋,而且长达 6 年之久,这终于感动了负责人,他也开始了自己的富裕人生。



万丈高楼平地起,你不要认为为了一分钱与别人讨价还价是一件丑事,也不要认为小商小贩没什么出息。金钱需要一分一厘地积攒,而人生经验也需要一点一滴地积累。在你成为富翁的那一天,你就会明白:积累财富也是一种理财的表现。在我们消费的过程中,就不能把硬币不当钱,我们要学会节约每一分钱,做一个理财高手。

有钱人的 9 : 1 法则



亚凯德是古巴比伦的一位巨富,他曾向人们传授他致富的经验。在某次课堂上,亚凯德向一位自称卖蛋的节俭人说:“假使你每天早上收进 10 个蛋放到蛋篮里,每天晚上你从蛋篮里取出 9 个蛋,其结果如何呢?”



“时间久了，蛋篮就要满溢啦。”

“这是什么道理？”

“因为我每天放进的蛋数比取出的蛋数多一个呀。”

“好啦，”亚凯德继续说，“现在我向你介绍发财的一个秘诀，你们要照我说的去做。当你把10元钱收进钱包里，只取出9元钱作为费用，这样你的钱包将逐渐膨胀。当你觉得手中钱包重量增加时，你的心中一定有满足感。”

“不要以为我说得那么简单而嘲笑我，发财秘诀往往都是很简单的。开始，我的钱包也是空的，无法满足我的发财欲望，不过，当我开始向钱包放进10元钱只取出9元钱用的时候，我的空钱包便开始膨胀。我想，如果如法炮制，各位的空钱包自然也会膨胀了。”

现在来告诉大家一个奇妙的发财秘诀，它的道理很简单，事实是这样的：当你的支出不超过全部收入90%时，你就会觉得生活过得很不错，不像以前那样穷困。不久，便觉得赚钱也比往日容易。能保持只花费全部收入的一部分的人，就很容易赚得金钱；反过来说，花尽钱包里的钱的人，他的存款账户上永远都是空空的。



在有钱人的圈子里，有一个所谓9：1法则，那就是当你收入10元钱时，你最多只花费9元，让那1元“遗忘”在钱包里。无论何时何地，永不破例，哪怕只收入1元，你也保证冻结1/10。这是白手起家的第一法则。

比尔·盖茨的理念



美国微软公司董事长比尔·盖茨向大众透露了他的投资理念，他认为，虽然把宝压在一个地方可能会带来巨大的收入，但也会带来同样巨大的亏损。因此，不能把所有投资都放在一家或两家公司上，也不能相信那种只关注一个行业的投



资公司。盖茨看好新经济，但同时认为旧经济也有它的亮点，也向旧经济的一些部门投资。

防范危机的最佳方法就是分散投资，本着这一理念，盖茨 1995 年就建立了名为“小瀑布”的投资公司。这家公司专为盖茨的投资理财服务，主要就是分散和管理盖茨在旧经济中的投资。根据已知情况，这家公司的投资组合共值 100 亿美元。

盖茨把这笔资金中的大部分投入债券市场，特别是购买国库券。当股价下跌时，由于资金从股市流入债券市场，故而债券价格往往表现为稳定上升，这时就可以部分抵消股价下跌所遭受的损失。另外，为了抵消新经济带来的风险，小瀑布公司也大量投资于旧经济中的一些企业，并以投资的“多样性”和“保守性”闻名。

从投资效果看，盖茨的组合投资技术已取得相当好的成绩。据称，盖茨收购的纽波特纽斯造船公司 7.8% 的股票市值已上涨了一倍，购买的通用动力公司的股价上升了约 24%，购买的加拿大国家铁路公司的股价上升约 33%。

在概括投资战略时，盖茨说：“你应该有一个均衡的投资组合。投资者，哪怕是再大的超级富豪，都不应当把全部资本压在涨得已很高的科技股上。”



表现在投资上，富人主要采取稳扎稳打的方式。这种观念有效地降低了富人理财的风险，为渡过未来的经济危机做好了良好的铺垫。简而言之，就是运用组合的手段，分散投资的风险。

“吝啬”的三星



宁波三星集团是全球最大的电能表生产基地，但就是这样一家企业，却很“吝啬”。

不久前，一笔业界瞩目的“大买卖”在三星成交：阿根廷客商萨瓦斯先生在实地走访了国内几家知名空调企业后，把一份价值 500 万美元的订单下达给了奥克斯空调公司。这个数值，约占萨瓦斯此番在华空调采购总量的 4/5 强。其在奥

第⑥辑 创业是金，守业是银：有钱人的“理财经”



克斯逗留期间发生的一段故事，或许对此有推动作用。

那次，有5家空调企业被列入该海外采购团的考察行程表——都是先前已有了初步意向，只等最后定夺。外商一行3人进入厂区后，照例是参观展厅，听企业介绍，然后考察生产现场。在车间一圈走下来，正好到了员工下班去吃午饭的时间。萨瓦斯先生游移的目光，忽然被一名普通的流水线操作工吸引住了。因为，那人的动作有点“怪”：单腿跪在地上，猫着身子，用一把扫帚费力地从操作台底下向外拨拉着什么。

钱币？戒指？萨瓦斯先生不觉在她背后停住了脚步，饶有兴味地看她到底能找出什么宝贝来。

不一会儿，扫帚底下出现一枚小小的螺丝钉，过了一会儿，又是一枚，那位员工这才直起身子。看着她把螺丝钉归入专门的盛具，萨瓦斯先生很感意外，没想到费这么大劲只是为了找两个螺丝钉。

三天后，三星集团就接到了萨瓦斯的确认电话。后者表示他已决定于次日飞赴宁波。不过这次不再是考察，而是专程到奥克斯签约！他坦陈，奥克斯的企业实力和产品优势，与其他几个同为国内顶尖品牌相比倒也“并不突出”，但两枚螺丝钉的经历给他留下了极为深刻的印象。



严格的理财观念不仅为宁波三星集团带来了直接的财富，它的良好理财作风也为自己树立了一个优秀的企业形象，这更是一笔不可估量的大财富。

许荣茂的运作型理财



世茂集团董事长许荣茂打的第一份工是在药店里当伙计，长年累月的勤奋使他开始小有积蓄，但他并没有在一般性的行业里找到属于自己的金矿。



20 世纪 80 年代初，香港证券业发展迅猛，而且门槛很低，花很少的钱就可以轻易进入金融领域，那时候一夜之间因投机暴富的新闻常常见诸香港各大媒体。许荣茂敏锐地抓住了这一难得的机遇，当上了一家金融公司的证券经纪人。在股票市场，许荣茂的投资取得巨大成功，他购买的红筹股和蓝筹股一路飙升。

从此以后，许荣茂的小小积蓄驶上了迅速翻番的快车道。1981—1983 年，许荣茂通过在香港成立的金融公司，在股市上买进卖出。仅仅两年，他就挖掘到了第一桶金，充分证明了他的资本运作能力，这笔资金在 1 亿港元左右，为他以后事业的发展打下了坚实的基础。

掘到第一桶金后，许荣茂觉得还是做实业踏实，于是从资金运作中抽身而退，开始转向实业。20 世纪 80 年代，当时中国开始对外开放，石狮市成为全国最大的服装市场之一，许荣茂随之在香港和内地开设工厂，靠纺织品贸易、来料加工成衣发财。1988 年前后，他在香港投资建纺织厂。考虑到内地成本低，他又把 5 家工厂建到了国内，地点选在深圳和兰州，都做纺织和成衣，产品主要出口到美国。在这个过程中，他的财富迅速增加，为他以后的房地产开发之路打下了坚实的基础。



理财有小打小闹，也有像许荣茂这种的运作型理财方式。这种方式会让财富呈几何数字增长，但需要多方面信息的完整分析和掌握。

“红黄牌”理财法

李先生这个人不善理财，本想日后能找个会理财的妻子帮他管管家，但没想到娶回来的媳妇比他还马虎，简直是有过之而无不及，结婚一年多来，没攒下半分钱。

第⑥辑 创业是金，守业是银：有钱人的“理财经”



怎样才能理好财当好家呢？他们家后来独创了一种“红黄牌”理财法。它的出世，说起来还是出于一次观看足球比赛。当李先生夫妇看到场上裁判总给那些违规队员出示“红黄牌”以示处罚时，便突然灵机一动，同时想到：这种方法为何不用于自己当家理财之中呢？于是依葫芦画瓢，他们制订出了自己的“红黄牌”理财方案。具体做法是：每月提前估测好全家的总收入是多少，计划支出多少，存款多少，以及其他投资支出多少等，然后列出一个开支预算单来，按预算办事，月末进行验收。具体实施过程中，谁若超出200元，“黄牌”警告，并勒令在下个月支出中一次性扣除；如若超支400元，则“红牌”重罚，不仅超支部分要从下个月扣除，而且还要冻结连续三个月的消费支配权，以观后效。当然他们的理财法并不是一味地进行处罚，也有奖励措施。比如每月个人开支若比原计划少，则奖励一张“绿牌”，可以累计，结余部分还可带到年底，到时加倍返还以资奖励。李先生这个冬天穿的皮夹克就是奖励品。

李氏夫妇的“红黄牌”理财法出台后，执行的结果是相当令人满意的，不仅每月有了一笔存款，他们每个人还都上了份保险，按月交款。尤其值得一提的是，在具体执行过程中产生的许多小事，增加了夫妻间的感情，也为他们的生活带来了不少乐趣。譬如说，一次在逛商场时，妻子看到一件做工很不错的羊绒大衣正在打五折销售，顿时迈不开步了，偷眼瞧瞧李先生，欲言又止。李先生看出了她的“企图”，但规矩已定不容更改，想想既然她这么喜欢，那就通融一次吧，咬牙提出自己的这个月“专款”全部友情赞助给她，乐得妻子高呼“理解万岁”，购下了她相中之物，却害得李先生那个月连寄稿件的邮票钱都没了。虽然如此，夫妻俩那天还是有说有笑地回了家。这种理财之法可以增进感情，使全家乐呵呵地过日子，这也是意外收获吧。



一个家庭有一个主要的理财方法是十分必要的，也是科学的。如果可以在其中增加一些趣味性，效果会更好。



侯昌明的防御与攻击理论



从小就立志要做个有钱人的电台及电视节目主持人侯昌明，果真在 29 岁前买下人生第一栋价值千万的房子。梦想能实现，主要是因他彻底奉行自创的“防御与攻击”理论。在侯昌明眼里，防御就是储蓄，靠着退伍后辛苦工作存下的 120 万新台币，他顺利熬过失业期；而在多头来临时，也是靠着账户里的积蓄撒网布局，为他带来丰硕的利益。现年 34 岁的他，已累积超过 1 000 万新台币的资产。

小时候家境清苦的侯昌明，因为知道钱来得不容易，所以总是特别珍惜每一分钱，也因此养成了他省钱的个性。看着打工赚来的钱，扎扎实实地存到自己的户头里，就是侯昌明学生时代最大的满足。当兵前，他已经存了 50 多万新台币。

退伍后侯昌明的第一份工作，月薪才 14 000 新台币，但他每月还是存 10 000 新台币，因此每个月就只剩 4 000 新台币的生活费。4 000 新台币要怎么过一个月？侯昌明算好每星期只能花 1 000 新台币，为了省油钱，他把退伍后买的车子搁在一旁，改骑摩托车；同事找他出去玩，他会很直接地说自己没钱，不会打肿脸充胖子。侯昌明知道，有多少钱就做多少花费，存够了本，才有能力去创造未来。

一心只想努力工作、拼命存钱的侯昌明，随着主持工作越来越多，最高纪录一个月收入达 14 万新台币，而他银行账户数字也一路往上爬升，突破百万大关。然而好景不长，1996 年他手中的 6 个节目突然全部喊停，侯昌明只好到民歌西餐厅唱歌，靠每个月不到 1 万新台币的收入过活。还好户头里的 120 万新台币宛如定心丸，让他得以熬过近 5 个月的失业期，直到进入飞碟电台。

防御做足了、“子弹”存够了以后，侯昌明开始“上场打仗”，也就是把部分钱拿来投资，并在 29 岁时，买下人生第一栋房子。即使现在侯昌明的手头越来越宽裕，仍不改“铁公鸡”的个性，每个月收入的 2/3，还是老实实在地存起来。翻开他的皮夹，永远不会有超过 5 000 新台币的现金；资产超过 1 000 万新台币的他，只有两张银行信用卡，只要一刷卡，他一定马上将刷卡

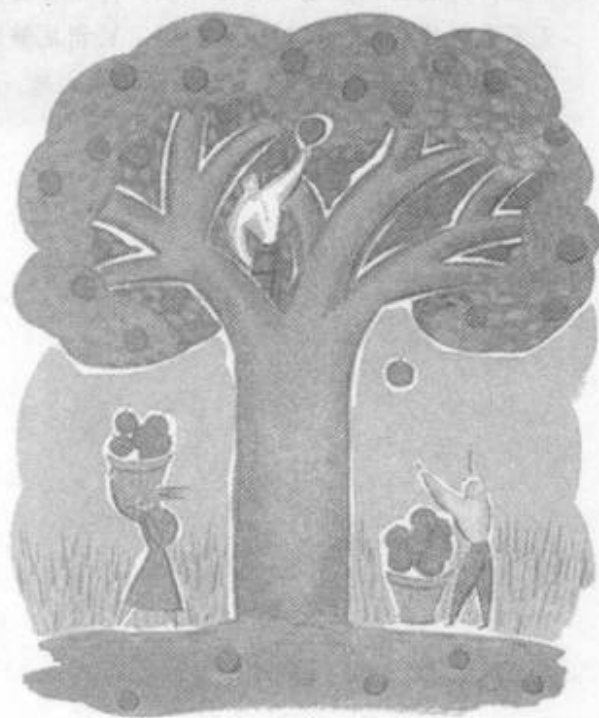
第⑥辑 创业是金，守业是银：有钱人的“理财经”



的费用单提领出来，放在信封袋内，用来提醒自己花了多少钱，绝对不动用到循环利息。



省吃俭用、努力赚钱存钱的侯昌明，已经替未来奠定了稳固的基础，他认为许多人理财都是光想不练，而努力储蓄，是迈向“钱途”的第一步。特别在高失业率、经济又不景气的现在，理财先重守财，累积足够的资本，才有办法进可攻、退可守，使自己立于不败之地。



第 7 辑

机遇成就财缘：有钱人的点金术

财富总是喜欢靠近那些头脑精明、眼光敏锐的人。生活中其实到处充满了机遇，只是很多人没有积极、敏锐地去发现和把握，如果你愿意去解决你所碰到的许多问题，它们都可以成为你致富的机遇，有的人会把使人头疼的垃圾变废为宝，这是他具备了发现机遇的眼光。



颜料做的洗涤剂



吉麦太太洗好衣服后,把拧干的洗涤物放到一边,疲倦地站起来伸伸腰。这时,吉麦下意识地挥了一下画笔,蓦地,蓝色颜料竟沾在了洗好的白衬衣上。

他太太一面嘀咕一面重洗。但雪白的衬衣因沾染蓝色颜料,任她怎么洗,仍然带有一点淡蓝色。她无可奈何地只好把它晒干。结果,这件沾染蓝颜料的白衬衣,竟更鲜丽,更洁白了。

“呃!这就奇怪啦!沾染颜料竟比以前更洁白了!”

“是呀!的确比以前更白了,奇怪!”他太太也感到惊异。

翌日,他故意像昨天一样,在洗好的衣服上沾染了蓝颜料,结果晒干的衬衣还是和上次一样,显得异常明亮,雪白。第三天,他又试验了一次,结果仍然一样。

吉麦把那种颜料称为“可使洗涤物洁白的药”,并附上“将这种药,少量溶解在洗衣盆里洗涤”的使用法,开始出售。普通新制品是不容易推销的,但也许是他具有广告才能吧,吉麦的漂白剂竟出乎意料地畅销。凡是使用过的人,看着雪白得发亮的洗涤物,无不啧啧称奇,赞许吉麦的“漂白剂”。

一经获得好评,这种可使洗涤物洁白的“药”——蓝颜料和水的混合液,就更受家庭主妇的欢迎。



吉麦发明这种漂白剂出于偶然,但如果能抓住这种偶然,也能获得不凡的创意。

事物是有规律的,偶然中蕴涵着必然,对偶然出现的东西不能轻易放过。因为它们经常能够激发你的超常创新思维,成为你大脑中的第一个金矿。



机遇尾随问题而来



有了问题，你去解决，问题对你来说就是一种机遇。一旦问题得到了解决，你起码在解决这种问题中就获得了成功。

日本狮王牙刷公司的职员加腾信三为了赶去上班，急着刷牙，牙龈被刷出血来。在心头火气平息后，他便和几个要好的伙伴提及此事，并相约一同设法解决刷牙容易伤及牙龈的问题。

他们想了不少解决牙龈出血的办法，效果都不太理想，他们进一步仔细检查牙刷毛，在放大镜底下，发现牙刷毛的顶端并不是尖的，而是四方形的。“把它改成圆形的不就行了！”

经过试验，取得了实效，他正式向公司提供了这一项改变牙刷毛形状的建议，公司很乐意把全部牙刷毛的顶端改成圆形。改进后的狮王牌牙刷在广告媒介的作用下，销路极好，连续畅销10多年之久，销售量占全国同类产品的30%~40%，加腾信三也由职员晋升为科长，十几年后成为该公司的董事长。



从一定意义上可以这样说，没有问题，也就没有机遇。牙刷不好，这是一个问题，许多人都发现了这个问题，但没有设法去解决这个问题，所以机遇就不属于他们。而加腾信三既发现了问题，又设法解决了问题，牙刷不好的问题对他来说，就是一种机遇。



点水成金



19世纪中叶，发现金矿的消息从美国加州传来。17岁的年轻人亚默尔也成为庞大的淘金队伍中的一员，他历尽千辛万苦，赶到加州。

淘金梦的确很美，做这种梦的人比比皆是，而且还有越来越多的人纷至沓来，一时间加州遍地都是淘金者，而金子变得越来越难淘。

不但金子难淘，生活也越来越艰苦。当地气候干燥、水源奇缺，许多不幸的淘金者丧身此处。小亚默尔经过一段时间的努力，和大多数人一样，不但没有发现黄金，反而被饥渴折磨得半死。

亚默尔很快就意识到，在这里，水和黄金一样贵重。他曾经不止一次地听到人说：“谁给我一碗凉水，我就给他一块金币！”可是很多人都被金灿灿的黄金迷住了，没有人想到去找水。

亚默尔想到了，他很快就下了决心，不再淘金了，弄水来卖给这些淘金的人，赚淘金者的钱。

卖水其实很简单，挖一条水沟，把河里的水引到水池里，然后用细沙过滤，就可以得到清凉可口的水了。他把这些水分装在瓶里，运到工地上去卖给那些口干舌燥的人。那些人一看到水，一下子就拥了过来，纷纷慷慨解囊，拿出自己的辛苦钱来买亚默尔的水解渴。

看到亚默尔的举动，很多淘金者都感到很可笑：这傻小子，千里迢迢跑到这里来，不去挖金子，而干这种玩意儿，没出息！

亚默尔依然我行我素，天天坚持不懈，一直在工地上卖水。

经过一段时间，很多淘金者的热情减退了，本钱用完了，血本无归，两手空空地离开了加利福尼亚。亚默尔的主顾越来越少，“点水成金”已经成为明日黄花，他也应该走人了。

这时，他已经净赚了6 000美元，在那个年代，拥有这些钱已经是一个小富翁了。



机遇有时并非显而易见的，我们必须懂得变通，要运用逆向思维，才有可能发现。

捡垃圾的千万富翁



1980年夏天的一个早晨，一个17岁的少年离开老家安徽桐城县，带着父亲给的5元钱，去长沙姑母家。

姑母家也很拮据，少年只得想法挣钱。姑母借来一个冰棒箱，少年天天去卖冰棒，收入甚微，少年并不甘心。

一天，他看见一个小男孩在垃圾桶里不停地翻捡，心里一动，我也试试去捡垃圾如何？

他拉住小男孩打听，知道了许多捡垃圾的事宜。他离开姑母家，和捡垃圾的人一起住到了长沙市郊。

开头的屈辱是难免的，人人都是这么过来的，慢慢就不觉得怎么样了。他每天早晨出去，晚上回来就有了一些钱。

捡了一年，他有了经验，也看出了门道。垃圾在收购者那里转了一手，如果避开这些二道贩子，直接送到工厂，收益会更大。

看了这步棋，他决定自己收购垃圾。效益马上上升，月收入由几百元上升到几千元。

干了一年，他又看出了新的门道。他将捡垃圾的人组织起来，50个人一组，如金属组、塑料组、玻璃组等。他成了“垃圾头”。

几年后，他又看出了新的门道。他把当废铁卖的旧自行车集中起来，搞起了自行车翻新的业务，还搞起了废旧轮胎的翻新业务和铝合金加工业。

这些加工业逐渐发展壮大，到1993年，他捡垃圾的第十三个年头，他拥有了自己的3个工厂，资产达数百万元。

他又看出了下一步。他感受到城市环保的重要性，决定从白色污染着手。他花了2年时间考察，先后去了日本、德国、新加坡、马来西亚等地，最后选择了



日本的先进设备,于1999年6月,投资1300多万元,建起了长沙环保塑化炼油厂。与此同时,他又从治理“黑色污染”着手,成立了环保橡胶制粉厂。产品用于铺设柏油路,防滑防冻,销路很好。2000年7月,他又投资了新的项目——综合性无害化焚烧医疗垃圾处理厂。

这时,当年那个受人歧视的捡垃圾少年已经成了长沙市家喻户晓的“垃圾大王”。



财富总是钟情于那些眼光独到、头脑灵活的人。只要具备了挖掘机遇的精明头脑,即使捡垃圾也能成为千万富翁。

旧货店的连锁经营



几年前,温州青年孟飞搬进单位分给他的一套50平方米的住房。等他把包括床和许多必需的东西搬进屋里后,他那张宽大的书桌实在搬不进去了,于是他打算将它运到旧货市场处理掉。

恰好,来了一个收破烂的乡下人,问他这张桌子卖不卖。孟飞说要40元。其实邻居说这张桌子在旧货市场只能卖20元。可是,乡下人掏出40元,说这张桌子他要了。

“在旧货市场是不能卖这么高的价的,你掏40元买走它,打算怎么处理呢?”他忍不住好奇地问。“在乡下,做一张像这样的书桌,材料、加工费是要超过40元的,我打算弄回家乡。”乡下人说。

这个发现让他兴奋不已。他迅速联系乡下的亲戚,在乡村的公路旁办起了一家旧家具店,他把城里的旧家具拉到乡下,结果大受农民欢迎。于是他不断地拓展自己的业务,开了几家分店,结果生意都十分红火,利润也很可观。

孟飞的生意经营得很顺,在农村,还有很多附近的集镇上的个体户们,不断地来打听,他的这种旧货是从哪儿弄来的,他们也想开一家这样的店。孟飞灵机一动,旧货在农村有如此大的市场,怎样才能把它做大做强呢?于是他想到连锁

第2辑 机遇成就财缘：有钱人的点金术



加盟，自己主要联系货源，让别人去经营。

说干就干，孟飞在他经营的店里打出了连锁经营的牌子，不到半年时间，孟飞的连锁旧货店就开了 100 多家。经营一年多时间，孟飞就创造了 100 万元的惊人财富。



机遇对每个人来说都是均等的。而成功的人之所以能每每抓住成功的机遇，完全是由于他们在生活中处处都很留心，他们具有一双捕捉机遇的慧眼，当机遇来临的时候，他们就能迅速做出反应，从而把机遇牢牢地抓在自己的手中。

供求失衡后的商机



联邦达快运中心的王万才练过地摊儿、倒过服装，后来干起了个体运输，并在这个行业找到了感觉。1992 年他成立了私营运输公司——北京京广快运中心，专营京广两地的铁路货运。他有效地利用空车配载，成本低廉，同时上门收货，服务周到，因而生意越做越大。现在的联邦达快运中心已是一家大型运输企业，除京广快运外，还有京闽、京川、京温、京津、京包等货运分公司，业务辐射大半个中国。

随着经济发展和人民生活水平的提高，市场对物流的速度提出了更高的要求，特别是鲜花等时令产品更强调当日送达。因此，航空货运市场需求巨大，但当时国有航空企业在运力和服务方面都不能满足需要。王万才瞅准了这个供求失衡的机遇，经过多方努力，最终与航空部门达成包租协议。

包机空运，不仅为客户赢得了时间，更为联邦达赢得了市场。那时，京广两地铁路快运每千克收费 2.85 元，公路价格更高，联邦达的空运收费和铁路差不多，所以在广州轰动一时，每天 50 吨载重量的飞机都是满载。

“联邦达”的成功，是与王万才能够敏锐地发现航运业的供需失衡分不开的。



在现实生活中,供需失衡的情况很多,既有地域上的失衡、时间上的失衡,也有产品层次上的失衡,把握住供需上的失衡,就是把握住了潜在的商机。



世界上所有生意都是由供求关系决定的,善于发现供求之间的流向,把握住供求之间的机遇,也就找到了致富的道路。

供求平衡是相对的,不平衡是绝对的。不平衡导致的差异性市场的潜力所在,我们一旦捕捉到了市场中存在的差异,也就捕捉到了商机。差异造就市场,寻找差异,也就是寻找市场。

预测时机先动手



年轻的菲利普·阿默加入了庞大的49人商队,将所有家当装在用骡子拉的大篷车上,穿越了“美国大戈壁”。努力的工作和稳定的收入使他积累了一些积蓄。6年后,他在密尔沃基开始做粮食和杂货生意,9年间他赚了50万美元。此后,格兰特将军的“前进里奇蒙德”计划又让他看到了自己成功的机遇。1864年的一个早晨,他造访了和他一起做猪肉罐装生意的合作伙伴普兰金顿,开门见山地对他说:“我要搭下一班火车去纽约,清仓处理我所有的猪肉。”阿默推测格兰特和谢尔曼即将爆发冲突,猪肉会跌到一桶12美元的价格。他看准了机遇,在纽约以40美元一桶的价格大量出售猪肉,销路非常好。精明的华尔街投机商人嘲笑这个西部人,告诉他猪肉应该卖到60美元一桶才划算,因为战争尚未完全结束,但阿默仍然继续坚持原价销售。随着格兰特将军的部队继续推进,里奇蒙德被攻占,猪肉价格跌到12美元一桶,而此时阿默已经赚进200万美元了。

每次机遇一出现,阿默都是毫不犹豫,说干就干。这是他之所以一步步迈向成功的原因。



“每个人的一生，至少都有一次受到幸运之神垂青的机遇。”一位红衣主教说，“一旦幸运之神从大门进来后，发现没人迎接，她就会转身从窗子离去。”因此，我们一定要抓住转瞬即逝的机遇。

“大妈妈”型裤袜



在美国，40%的妇女因太胖而有个“特大号”的臀部，她们为此而忧心忡忡，从来不敢穿裤袜，认为裤袜虽能使身材苗条的妇女更健美，但却使身材肥胖的妇女更显臃肿。

美国的许多厂家，都认为胖女人不会穿裤袜，也不会买裤袜，这个市场没有什么机遇，故长期没有人去开发。而雪菲德公司通过市场调查分析，得出了一种与众不同的意见：正是由于这些肥胖女人目前不穿裤袜，是一块处女地，所以市场潜力很大，大有开发的前景。他们认为放弃这个40%的市场实在可惜，决定抓住这不为人所重视的领域，开辟新的销售市场。

于是，公司集中最优秀的设计人员，专门为胖女人设计出一种名为“大妈妈”型的裤袜。接着，该公司为“大妈妈”型裤袜大做广告。广告中，三位胖墩墩的妇女穿上裤袜排成一线，标题上写着“大妈妈，你真漂亮”几个大字。三位胖妇女，面带微笑，挺胸昂头，从侧面看上去不但没有肥胖的感觉，而且让人觉得她们很快乐而且充满自信。

广告发布的一个月内，雪菲德公司就收到了7000封赞誉信，而且商店里胖女人争先恐后买裤袜，公司赢利大增。雪菲德根据市面商场的调查资料，从胖女人不穿裤袜的现实中，独具慧眼地捕捉到极具潜效益的机遇，为特殊顾客着想，特意为胖女人设计裤袜，奠定了该公司裤袜市场的新地位。



新产业和新市场的开发，依赖于极其宝贵的预见。观察并捕捉潜在的商机，见所未见，为人所不为，便能赚别人所不能赚之财。

“转包”小区垃圾



捡垃圾能赚多少钱，或许一般的人不会了解。但苏州“破烂王”洪先生靠5年的捡垃圾积累，已经把拾垃圾的业务拓展到了昆山和扬州，下一步还要到南京拓展“业务”。

其实他的“垃圾创业”纯属偶然。5年前，他在苏州某工程队干活，谁知老板跑了，他一分钱没拿到，可又不愿意回安徽老家，走投无路时就开始以捡垃圾为生。一天，他在一个小区门口被保安拦下，保安表示小区有专门的保洁员。可他清楚小区的垃圾资源十分丰富，脑子一转，他就想到了向小区物业承包收垃圾这个新点子。经过多次磨合，他签下了承包协议。按协议，他每月要向物业交纳1000元承包费。这个小区共有800多住户，一个月的生活垃圾能卖3000多元，洪先生每月净赚2000多元。以同样的方式，他又包下6个小区的生活垃圾。业务扩大了，人手不够了，他就雇了工人帮忙。到2003年，苏州楼盘到了集中上市期，洪先生又将视线从生活垃圾转移到了建筑垃圾：“以一户120平方米的房子来算，装修时要向物业交每平方米5元的垃圾费，一共是600元，物业往往把这一任务以200元转包出来。别墅的面积要大一倍多，转包费则一般为每户450元。”

洪先生测算，现在的新小区一般是1000多个住户，常常都有100多户同时装修，收入很可观，还可以顺带在小区打空调洞、卖水泥黄沙等，这样下来，一年就能净赚十几万元。现在，洪先生手下有几十个工人，租了几辆卡车，每天定时去各个小区取垃圾。建筑垃圾中有些可以挑出来卖，不能卖的，就直接送到当地的垃圾站。不知不觉中，洪先生的生意越做越大。



后来，洪先生又让哥哥去开发昆山的市场，如今已有三个千户小区的建筑垃圾归他“经营”。扬州的客户也已经主动找上门来请他前去“捡垃圾”，下一步他的公司将进入南京。



不起眼的小事中，也隐藏着巨大的商机。如果我们能够将看似不起眼的小事，当做自己的事业来做，做成规模，就能从小事中干出一番大事业，所谓“聚沙成塔，集腋成裘”就是这个道理。

从庄园主到木炭商



一个叫保罗·迪克的小伙子，刚刚从祖父手中继承了美丽的“森林庄园”，就被一场雷电引发的山火化为灰烬。面对焦黑的树桩，保罗欲哭无泪。年轻的他不甘心百年基业毁于一旦，决心倾其所有也要修复庄园。于是他向银行提交了贷款申请，但银行却无情地拒绝了他。接下来，他四处求亲告友，依然是一无所获……

所有可能的办法全都试过了，保罗始终找不到一条出路，他的心在无尽的黑暗中挣扎。他知道，自己以后再也看不到那郁郁葱葱的树林了。为此，他闭门不出，茶饭不思，眼睛熬出了血丝。

一天，在家人的劝说下，保罗一个人走出了庄园，走上了深秋的街道。他漫无目的地闲逛着。在一条街道的拐角处，他看见一家店铺的门前人头攒动，便下意识走了过去。原来，是一些家庭妇女正在排队购买木炭。那一块块躺在纸箱里的木炭忽然让保罗眼睛一亮，他看到了一线希望。

在接下来的两个多星期里，保罗雇了几名烧炭工，将庄园里烧焦的树加工成优质的木炭，分装成箱，送到集市上的木炭经销店。结果，木炭被抢购一空，他因此得到了一笔不菲的收入。不久，他用这笔收入购买了一大批新树苗，一个新的庄园又初具规模了。几年以后，“森林庄园”再度绿意盎然。



在我们的周围，有很多人之所以没有成功，是因为他们面对艰难的困境时没有积极寻找出路，其实很多商机恰恰是在这种时候潜伏在某个角落的。

没有商机就是最好的商机



A公司和B公司都是生产鞋的，为了寻找更多的市场，两个公司都往世界各地派了很多销售人员。这些销售人员不辞辛苦，千方百计地搜集人们对鞋的需求信息，不断地把这些信息反馈给公司。

有一天，A公司听说在赤道附近有一个岛，岛上住着许多居民。A公司想在那里开拓市场，于是派销售人员到岛上了解情况。很快，B公司也听说了这件事情，他们唯恐A公司独占市场，也赶紧把销售人员派到了那里。

两位销售人员几乎同时登上海岛，他们发现海岛相当封闭，岛上的人与大陆没有来往，祖祖辈辈靠打鱼为生。他们还发现岛上的人衣着简朴，几乎全是赤脚，只有那些在礁石上采拾海蛎子的人为了避免礁石硌脚，才在脚上绑上海草。

两位销售人员一上海岛，立即引起了当地人的注意。他们注视着陌生的客人，议论纷纷。最让岛上人感到惊奇的就是客人脚上穿的鞋子。岛上人不知道鞋子为何物，便把它叫做脚套。

他们从心里感到纳闷：把一个“脚套”套在脚上，不难受吗？

A看到这种状况，心里凉了半截。他想，这里的人没有穿鞋的习惯，怎么可能建立鞋市场？他二话没说，立即乘船离开了海岛，返回了公司。他在写给公司的报告上说：“那里没有人穿鞋，根本不可能建立起鞋市场。”

与A的态度相反，B看到这种状况心花怒放，他觉得这里是极好的市场，因为没有人穿鞋，所以鞋的销售潜力一定很大。他留在岛上，与岛上的人交上了朋友。

B在岛上住了很多天，他挨家挨户做宣传，告诉岛上人穿鞋的好处，并亲自

第2辑 机遇成就财缘：有钱人的点金术



示范，努力改变岛上人赤脚的习惯。同时，他还把带去的样品送给了部分居民。这些居民穿上鞋后感到松软舒适，走在路上他们再也不用担心扎脚了。这些首次穿上了鞋的人也向同伴们宣传穿鞋的好处。

这位有心的销售人员还了解到，岛上居民由于长年不穿鞋的缘故，与普通人的脚形有一些区别，他还了解了他们生产和生活的特点，然后向公司写了一份详细的报告。公司根据这份报告，制作了一大批适合岛上人穿的鞋，这些鞋很快便销售一空。不久，公司又制作了第二批、第三批……B公司终于在岛上建立了鞋市场，狠狠赚了一笔。



同样面对赤脚的岛民，A认为没有市场，B认为有大市场，后一位销售人员有发展的眼光，他能从“不穿鞋”的现实看到潜在市场，并懂得“不穿鞋”可以转化为“爱穿鞋”。为此他进行了努力，并获得了成功。面对同一种市场，不同的人会看到不同的前景，这需要敏锐的洞察力和独特的思维方式。有时候没有市场往往意味着市场空白，这也正是大展拳脚的好时机。

第 8 辑

脑袋决定钱袋： 激发财富的“脑力风暴”

头脑精明、反应迅速，这是成为富翁的一大素质。很多平常的东西经过商业头脑的打造就会发挥神奇的效用。有的人就是花钱也能“花”出财富来，借钱也能“借”出大款来。



洛克菲勒的“铁算盘”



“铁算盘”是人们对那些在经济问题上善于精打细算的人的一种称谓。在经商的过程中，“铁算盘”是事业成功的保证。亿万富豪、著名石油大王约翰·洛克菲勒在很大程度上就是靠“铁算盘”成功的。

洛克菲勒的父亲是一个精明的商人，从小就给儿子灌输生意经。他教会儿子如何写商业文书，如何清晰地记账，如何准确而迅速地收付款。在父亲的熏陶下，洛克菲勒从小就养成了打“铁算盘”的习惯。他7岁那年，就自作主张做起了生意。他有一个存钱柜，里面装着平时省吃俭用积攒下来的零钱，他很想将存钱柜装得更满一些，时时打着赚钱的主意。有一天，他在树林中玩耍时，发现了一窝火鸡蛋。他从这窝火鸡蛋上想到了一个发财的主意。

洛克菲勒原来想将火鸡蛋掏回去卖，但转念一想，村里人都喜欢吃火鸡，火鸡很值钱，不如将火鸡蛋孵出小火鸡，等小火鸡长大了再卖，赚的钱肯定会更多一些。于是，他照计而行，在自己的房间里孵出了小火鸡，再把这群小火鸡养大。当这一窝火鸡出售后，他的存钱柜里钱的数量增加了不少。这还不算，他还琢磨着如何将存钱柜中的死钱变成活钱，让钱生钱。他将钱借给农户，等秋收后再让农户还钱和利息。他父亲知道后，起初惊讶得瞪圆了眼睛，随后便开心地哈哈大笑起来，夸儿子算盘打得比自己还精。



洛克菲勒不愧是经商天才，小小年纪就能从一个火鸡蛋上想出发财的主意。经商之人的一大必备素质就是要学会精打细算，立志经商创富的人自小就应培养精明意识，成年后才会有更长足的发展。



小麦 + 铅笔 = 富翁



美国著名企业家哈默曾经卖掉自己苦心经营多年的药厂，这在当时令同行感到很不可思议。

药厂虽然竞争激烈，但是前景被人看好，而且利润也十分诱人。哈默对此的解释是：“我不喜欢专注赚明天的钱，而在乎眼前。你可以说我目光短浅，但是，赚明天的钱需要时间。”

退出医药业后，哈默作了一个更令人吃惊的举动，他到了当时政局混乱的俄国。当时的俄国因为十月革命后的果实没有很好巩固，地区之间战乱不断，许多地方瘟疫流行，特别是粮食缺乏，许多人被活活饿死。哈默在这里发现了一个令他欣喜的信息：俄国的农民因为担心时局，把粮食堆在家中不肯出售，而另一部分人却购买不到粮食，他们的购买欲十分强烈。

哈默开始从美国运来大量的小麦，他的举动被人们称为“班门弄斧”，因为苏联大量种植小麦，长途运输来的小麦在俄国根本没有竞争力。

但是，人们的估量错了。哈默的小麦成为当时俄国人心目中的“定心丸”，销售量高得出人意料，他换取了俄国的大量毛皮和白金。

1921年，哈默在莫斯科官方报纸上看到俄国将进行一次全国范围内的扫盲运动。看过这则新闻后，他并没有往心上去。但是，当他准备回国的时候，却意外地发现俄国商店中的铅笔很少，而且价格很贵。

哈默产生了一个大胆的想法：在俄国办一个铅笔生产厂。他很快得到了俄国当地政府的同意。他在俄国的举动令朋友们大惑不解，并为他担心：可怜的哈默，莫非是被“伏特加”灌昏了头，他怎么会想到只需2美分就能买一支的铅笔？

哈默从德国法伯铅笔公司高薪聘请了技术人员，很快便把铅笔生产出来了。

第一年他就获得了250万美元的纯利，第二年达到了400万美元。哈默就是凭着一支小小的铅笔，名声大振，并累积了可观的原始资金。



头脑精明，反应迅速，这就是成为富翁必备的素质。
一些平常的东西，经过聪明的头脑后就会发挥神奇的效用。

全世界有钱人都在读的赚钱故事

口香糖的推广智慧



美国商人里力在创制口香糖的初期，生意清淡，顾客稀少，仅有少许的儿童顾客。口香糖是不是没有赚钱赢利的商机呢？肯定不是。里力决定用心机来创造商机，他找来一本电话簿，按照簿上的地址，给每个家庭免费寄去四块口香糖，他一口气寄了150万户，共600万块口香糖。此举令其他商人大惑不解。谁知几天以后，这一出奇的谋略奏效了，孩子们吃完里力赠送的口香糖，都吵着还要吃。聪明的里力紧接着走出第二步棋：回收口香糖纸，换取口香糖。孩子们为了多得糖纸，就动员大人也大吃口香糖。这样，大人小孩一起吃，没过多久，口香糖就被里力炒成了畅销世界的热门货。



心机与商机虽一字之差，但二者之间的联系却颇为密切。心机就是智慧，就是谋略。心机诱发商机，商机反过来又刺激经营者心机的提升。其实机会无处不在，无处不有，就看你有没有智慧去发掘它。成与败之间往往就只差那一点心机。

思维阔，钱包跟着阔



有个很聪明的年轻人，他想赚钱，于是就跟着村里人一起来到山上，开山凿石头。

当别人把石块砸成石子，运到路边，卖给附近建造房屋的人时，这个年轻人竟直接把石块运到码头，卖给杭州的花鸟商人了。因为他觉得这儿的石头奇形怪状，卖重量不如卖造型。

第8辑 脑袋决定钱袋：激发财富的“脑力风暴”



就这样，这个年轻人很快就富裕起来了，三年后他在村子里盖起了第一座漂亮的瓦房。

后来，不许开山了，只许种树，于是乡亲们都种上桃树、梨树等果树，唯有这个年轻人却种上柳树。大家都不解其意。过了几年，果树开始结果了，当地的水果汁浓肉脆，香甜无比。漫山遍野的水果引来了四面八方的客商，乡亲们有堆积如山的鸭梨、蜜桃等水果，却苦于没有装水果的筐。好在卖石头的小伙子种了柳树，因为他早想到，来这儿的客商不愁挑不上好水果，只愁买不到盛水果的筐。正好用柳条编成筐，让大家的水果可以整车整车地运往北京、上海，然后再发往韩国和日本。

当然，小伙子也获得丰厚的收入，五年后，他成了村子里第一个在城里买商品房的人。

再后来，一条铁路从这儿贯穿南北。这儿的人上车后，可以北到北京，南抵九龙。小小的山庄更加开放搞活了，乡亲们由单一的种果树卖水果起步，开始发展果品加工和市场开发。就在乡亲们开始集资办厂的时候，这个年轻人却又在他的地头，砌了一道三米高百米长的墙。

这道墙面朝铁路，背倚翠柳，两旁是一望无际的万亩果园。坐火车经过这里的人，在欣赏盛开的梨花、桃花时，会醒目地看到四个大字：可口可乐。据说这是五百里山川中唯一的一个广告。那道墙的主人仅凭这道墙，每年又有4万元的额外收入。



“智慧就是财富”，这是拿破仑·希尔在遍访当时美国最成功的500多位富豪之后得出的一个致富的秘诀。中国一位传奇的民营企业家也有句名言：“没有做不到，只有想不到。”



摩托罗拉的出世



摩托罗拉公司的缔造人保罗·高尔文抓住了第一次世界大战的市场需求，一跃居于美国无线电行业的榜首。

第一次世界大战的硝烟刚刚散尽，美国社会经济发展日新月异。高尔文敏锐地发现了战争之后市场上的供需失衡。退役之后他没有返回故里，而是来到芝加哥的一家蓄电池公司担任职务，这家公司专门生产汽车用的蓄电池。公司里的工作单调重复，但这一切都不能磨灭高尔文心中所蕴藏的创业的激情，他将眼下的职务作为过渡性的临时工作。他在等待时机。

1920年11月22日，KDKA电台正式开播，这是无线电技术发展过程中的一次重要突破。它最初只播出音乐和棒球赛结果，但这种新的媒体的巨大潜力很快就显现出来了。工业和科技的发展，为高尔文事业的发展提供了难得的历史契机。

之后，高尔文创建了一家属于自己的公司，专门从事无线电器的电池生产。此时，交流电收音机已经走进家庭，高尔文认准时机，准备生产这种产品投放市场。而无线电市场并不确定，这就要求生产厂家一旦接到订货，就必须迅速投产，及时交货，不然的话许多竞争对手就可能钻空子。高尔文以极大的热情投身到业务中去，在激烈的竞争中他时刻有一种强烈的危机意识。在整个无线电市场蓬勃发展的势头推动下，高尔文的公司一年多来得到了前所未有的发展。

1930年，美国在爆发了规模最大的经济危机之后，高尔文制造公司向市场投放了他们生产的第一种型号的汽车收音机。新产品的商标是“摩托罗拉”，这是高尔文一天早上刮脸时偶然得到的一种灵感。它兼有“开动”和“收音机”的双重含义，显得既醒目又充满生机。新产品受到了极大的关注，摩托罗拉也得到了“美国最好的汽车收音机”的盛誉。

高尔文在此时找到了广告人欧文，以强大的组合向市场发起了猛烈的广告攻势，在他们的策划之下，摩托罗拉在《星期六晚邮报》上刊登了广告，推出了一



种新颖的广告形式。高尔文还开始了摩托罗拉大型公路广告的设计工作，整个美国的公路旁，都布满了摩托罗拉的红、黄、黑的广告牌，这样的广告攻势，使摩托罗拉的名字家喻户晓。



哪里有需求，哪里就可以演绎财富神话，即使是战争爆发，也会带来商机，精明的人总会找到契机。

图德拉的无本生意



图德拉一直想做一番事业，他想到了经商，于是，他先来到阿根廷，了解到那里牛肉生产过剩，但石油制品紧缺，他就同有关贸易公司洽谈业务。“我愿意购买2000万美元的牛肉。”图德拉说，“条件是，你们向我购进2000万美元的丁烷。”图德拉提出的条件正是投其所好，所以双方的买卖意向很快确定下来。

他接着又来到西班牙，对一个造船厂提出：“我愿意向贵厂订购一艘2000万美元的超级油轮。”那家造船厂正为没有人订货而发愁，当然非常欢迎。图德拉话头又一转：“条件是，你们得购买我2000万美元的阿根廷牛肉。”牛肉是西班牙居民的日常消费品，况且阿根廷正是世界各地牛肉的主要供应基地，造船厂何乐而不为呢？于是双方又签订了一项买卖意向书。

图德拉又到中东地区找到一家石油公司：“我愿意购买2000万美元的丁烷。”石油公司见有大笔生意可做，当然非常愿意。图德拉又话锋一转：“条件是你们的石油必须包租我在西班牙建造的超级油轮运输。”在产地，石油价格是比较低廉的，贵就贵在运输费，难也就难在找不到运输工具，所以石油公司也满口答应，彼此又签订了一份意向书。



细细算起来，这宗生意实质上是以运输费顶替了油轮的造价，三笔生意全部完成后，这艘油轮就归图德拉所有。有了油轮就可以大做石油生意，他终于如愿以偿。利用信息，巧于周旋，使交易各方都取得了需要的东西，又出售了亟待销售的产品，而自己从中获取了巨额利润。这就是图德拉迂回经营的妙招。

声东击西暗发财



一条街上有两家电影院，在市场不太景气的情况下，两家影院的老板都在使出浑身解数招揽顾客。路南的影院推出了门票八折优惠，路北的影院接着就来了个五折大酬宾。对于顾客来说，同样情况下当然都愿意去花钱少的影院，于是，路北的影院生意兴隆，路南的影院门庭冷落。

路南影院的老板不甘坐以待毙，于是一赌气，干脆来了个“跳楼大甩卖”——门票打两折。按照当地消费水平和行业常规，影院门票五折以下已经毫无利润可言了，路南影院打两折的目的是为了把对手彻底挤垮，然后好再进行价格垄断，谁知他们刚刚把顾客拉过来，路北的影院接着就推出了门票一折优惠，并且每人另送一包瓜子。

哪有这样做生意的，门票打一折是一元钱，一包瓜子少说也得一元，这等于是白看电影呀。路北影院的老板是不是疯了？路南影院的老板惊得直吐舌头。但顾客可不管老板是不是疯了，有这样天上掉馅饼的好事绝对不能错过，于是顾客纷至沓来，影院天天爆满。

这回路南影院的老板实在没有勇气参加竞争了，便宣告倒闭，关门了事。

大家都以为路北影院这时会恢复竞争之前的状态，没想到这个送瓜子的“赔本生意”却一直坚持了下来。

第8辑 脑袋决定钱袋：激发财富的“脑力风暴”



半年多的时间过去了，路北影院的老板买了奥迪轿车，房子也换成了高档别墅，一副发了大财的样子。原路南影院的老板对此百思不解。为了弄清真相，他便通过朋友打探路北老板的经营秘诀。

在费了一番周折之后，他终于弄清了事情的真相。路北影院一元的票价要赔钱，送瓜子更是赔钱，但送的瓜子是老板从厂家定做的五香瓜子，看电影的人吃了瓜子后，必然会口渴，于是老板便派人不失时机地卖饮料，饮料和矿泉水的销量大增——放电影赔钱、送瓜子赔钱，但饮料却给老板带来了高额利润。



这家影院老板实际上是采用了“声东击西”的赚钱术。商海中有人赚钱在明处，有的人则像这位影院老板一样，采取了隐藏利润点、迂回赚钱的策略。利润点隐藏得好，顾客认为你做的是“赔本生意”，他便会觉得自己花的钱值，从而也就会痛快地掏腰包。声东击西、闷声发财，实际上蕴涵着科学经商的大智慧。

多等1小时的精明



20世纪70年代末，一个年轻的日本人开了间20平方米的小杂货店。由于资金缺乏，他店里的货色不多，生意一直很冷清。按照当时普遍的经营方式，杂货店一般到夜里11点就都关门了，这个年轻人也不例外。

一天打烊后，年轻人忙着清理货架，这时进来几个买东西的人。看到这么晚了还有人来买东西，于是年轻人就多开了1个小时的门。结果在这1个小时中，他的营业额是白天的两倍。年轻人发现了商机，每天等到别人关店后，他总是多营业1个小时。时至2002年，他的总营业额达到了1148亿日元。

事情的起因就是20多年前一个深夜“等待”的1小时。

全世界有钱人都在读的赚钱故事



对于大多数人来说,1小时也许看不完一部电影,也许吃不完一顿酒席,也许看不完一场球赛,但对于这个年轻人来说,却是他创建自己的“连锁帝国”的黄金时间。有时候精明的含义不是打什么如意算盘,不过就是在关键时刻比别人多工作一会儿。

智者永远是赢家



越战期间,美国好莱坞举行过一次募捐晚会,由于当时的反战情绪比较强烈,募捐晚会以1美元的收获而收场,创下好莱坞的一个吉尼斯纪录。不过,在这次晚会上,一个叫卡塞尔的小伙子却一举成名,他是苏富比拍卖行的拍卖师,那1美元是他用智慧募集到的。

当时他让大家在晚上选一位最漂亮的姑娘,然后由他来拍卖这位姑娘的一个吻,最后他募集到了难得的1美元。当好莱坞把这1美元寄往越南前线的时候,美国的各大报纸都进行了报道。

人们看到这一消息,无不惊叹于卡塞尔对战争的嘲讽。然而德国的某一猎头公司却发现了这位天才,他们认为卡塞尔是棵摇钱树,谁能运用他的头脑,必将财源滚滚。于是,这家公司建议日渐衰退的奥格斯堡啤酒厂重金聘他为顾问。

1972年,卡塞尔移居德国,受聘于奥格斯堡啤酒厂。他果然不负众望,在那里异想天开地开发了美容啤酒和浴用啤酒,从而使奥格斯堡啤酒厂一夜之间成为全世界销量最大的啤酒厂。

1990年,卡塞尔以德国政府顾问的身份主持拆除柏林墙。这一次,他使柏林墙的每一块砖都以收藏品的形式进入了世界上百万家庭和公司,创造了城墙砖售价的世界之最。

1998年,卡塞尔返回美国。他下飞机的时候,美国赌城——拉斯维加斯正上

第8辑 脑袋决定钱袋：激发财富的“脑力风暴”



演一出拳击喜剧：泰森咬掉了霍利菲尔的半只耳朵。出人意料的是，第二天，欧洲和美国的许多超市竟然出现了“霍氏耳朵”巧克力，其生产厂家是卡塞尔所属的特尔尼公司。这一次，卡塞尔虽因霍利菲尔的起诉输掉了赢利额的80%，然而，他天才的商业洞察力却给他赢来年薪3000万美元的身价。

新世纪到来的那一天，卡塞尔应休斯敦大学校长曼海姆的邀请，回母校作创业方面的演讲。在这次演讲会上，一个学生当众向他提了这么一个问题：卡塞尔先生，您能在我单腿站立的时间里，把您创业的精髓告诉我吗？那位学生正准备抬起一只脚，卡塞尔就已答复完毕：生意场上，无论买卖大小，出卖的都是智慧。

这次，他赢得的不仅是掌声，还有一个荣誉博士的头衔。



生意场上并非靠尔虞我诈才能成功，无论买卖大小，关键在于你的智慧，这才是常胜之本，聪慧的人永远是赢家。

凯迪拉克的出路



美国经济大萧条时期，整个汽车市场极度萎靡，豪华车市场几乎陷入崩溃。通用汽车公司的凯迪拉克所面临的问题是：究竟是选择彻底停止生产，还是暂时保留这一品牌等待市场行情好转？

董事会执行委员会正开会决定凯迪拉克的命运时，德雷斯塔德特告诉委员会他有一个方案可以使凯迪拉克在18个月内扭亏为盈，不管经济是否景气。

当时，凯迪拉克采取的是“声望市场”策略，为争夺市场制定了一项战略：拒绝向黑人出售凯迪拉克汽车。

德雷斯塔德特还在各地的服务部发现客户中有很多是黑人精英。他们大多为拳击手、歌星、医生和律师，即使在20世纪30年代经济萧条时期，也有丰厚的收入。他根据自己对凯迪拉克在全国各经销处服务部的观察提出了方案的一部分。他决定向黑人出售凯迪拉克汽车。



执行委员会接受了这一主张,很快在1934年,凯迪拉克的销售量增加了70%,整个部门也真正实现了收支平衡。相比之下,通用汽车公司的同期销售总量增长还不到40%。

1934年6月,德雷斯塔德特被任命为凯迪拉克部门总经理。他还着手彻底改变豪华汽车的制造方式。他指出:“质量的好坏完全体现于设计、加工、检验和服务。低效率根本不等于高质量。”他愿意在设计和道具方面进行大量的投资,更乐意在质量控制和一流服务上花大价钱,而不主张在生产过程本身做过量的投资。一位管理人员回忆道:“他告诉我们要关注每一个细节。如果别人制造一个零件只需2美元,为什么我们要用3~4美元呢?”

他的这种理念在推行不到三年的时间内,凯迪拉克的生产成本与通用汽车公司的低档车雪佛兰的造价已经差不多一样了,但销售时仍然维持豪华车的高价位,凯迪拉克很快便成为通用汽车公司内最赢利的部门。由于神奇般地使凯迪拉克起死回生,德雷斯塔德特在通用汽车公司内部的发展也由此平步青云。1936年,他被任命为公司最大部门雪佛兰的总经理。



德雷斯塔德特之所以能让凯迪拉克起死回生,是因为他有一颗善于变通和转换思维的大脑:开禁将豪华汽车卖给黑人,改变豪华汽车的制造方式以降低成本,把钱花在消费者看得见的地方。

学来的精明



约翰的母亲不幸辞世,给他和哥哥约瑟留下的是一个可怜的杂货店。微薄的资金,简陋的小店,靠着出售一些罐头和汽水之类的食品,一年节俭经营下来,收入微乎其微。

他们不甘心这种穷困的状况,一直寻找发财的机会,有一天约瑟问弟弟:“为

第4辑 脑袋决定钱袋：激发财富的“脑力风暴”



什么同样的商店，有的人赚钱，有的人赔钱呢？”弟弟回答说：“我觉得是经营的问题，如果经营得好，小本生意也可以赚钱。”

可是经营的诀窍在哪里呢？

于是他们决定到处看看。有一天他们来到一家便利商店，奇怪的是，这家店铺顾客盈门，生意非常好。这引起了兄弟二人的注意，他们走到商店的旁边，看到门外有一张醒目的红色告示写道：“凡来本店购物的顾客，请把发票保存起来，年终可凭发票，免费换领发票金额 5% 的商品。”

他们把这份告示看了几遍后，终于明白这家店铺生意兴隆的原因了：原来顾客就是贪图那年终 5% 的免费购物。他们一下子兴奋了起来。

他们回到自己的店铺，立即贴上了醒目的告示：“本店从即日起，全部商品降价 5%，并保证我们的商品是全市最低价，如有买贵的，可到本店找回差价，并有奖励。”

就这样，他们的商店出现了购物狂潮，他们乘胜追击，在这座城市连开了十几家门市，占据了几条主要的街道。从此，凭借这“偷”来的经营秘诀，他们兄弟的店迅速扩张，财富也迅速增长，成为远近闻名的富豪。



一个人成功与否掌握在自己手中。思维既可以作为武器，摧毁自己，也能作为利器，开创一片属于自己的未来。精明的想法是可以借鉴的，如果你改变了自己的思维方式，像亿万富翁一样思考，你的视野就会开阔无比，最终成为富人，如果你一味坚持穷思维而不思改变，那么你能只能继续穷下去了。

“树是代树” 树是代树 树是代树 树是代树

“树是代树” 树是代树 树是代树 树是代树

“树是代树” 树是代树 树是代树 树是代树

“树是代树” 树是代树 树是代树 树是代树

“树是代树” 树是代树 树是代树 树是代树

“树是代树” 树是代树 树是代树 树是代树

“树是代树” 树是代树 树是代树 树是代树

“树是代树” 树是代树 树是代树 树是代树

“树是代树” 树是代树 树是代树 树是代树

“树是代树” 树是代树 树是代树 树是代树

“树是代树” 树是代树 树是代树 树是代树

“树是代树” 树是代树 树是代树 树是代树

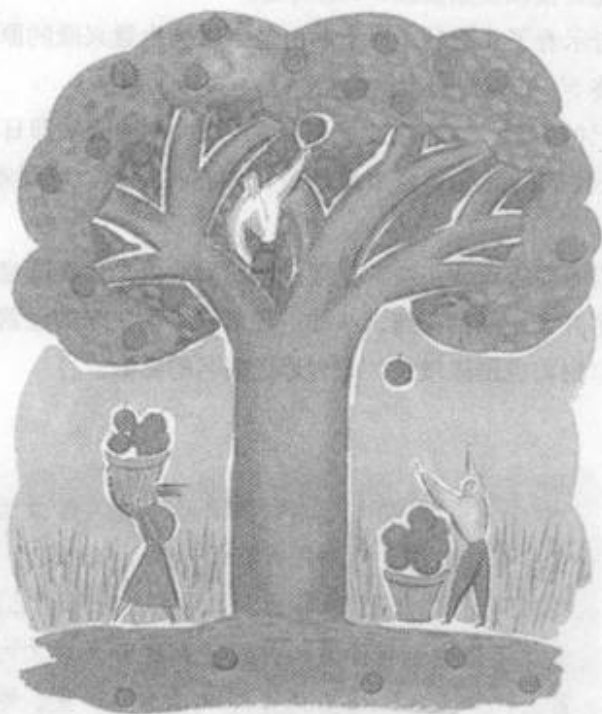
“树是代树” 树是代树 树是代树 树是代树

“树是代树” 树是代树 树是代树 树是代树

“树是代树” 树是代树 树是代树 树是代树

“树是代树” 树是代树 树是代树 树是代树

“树是代树” 树是代树 树是代树 树是代树



第 9 辑

借得大船出远洋： 有钱人的借势思维

任何东西、任何人在高明的商人眼里都是可以拿来“借用”的，这些人或物都可以帮他们大造声势，使利润呈几何数字翻倍，这就是“借”的力量。



派克跃“龙门”



20 世纪初期，派克公司生产的钢笔最负盛名。正当它得意之时，匈牙利人拜罗克发明了圆珠笔，因其实用、方便、廉价，很快便打破了派克公司的市场垄断地位。派克公司在圆珠笔的冲击下，濒临破产。虽然其后派克公司赶紧追风转向，也推出了不同款式的圆珠笔，但销路不好，反而连原有的钢笔市场也日益萎缩。

后来，著名企业家马科利成为公司的最高经营者。马科利分析形势后认为，派克钢笔与圆珠笔的市场争夺战是以己之短攻人所长，必须改变这种情形。因此，他果断决定将派克钢笔重新包装成高雅、精美和耐用的新形象。为此，派克钢笔削减产量，提价 30%，跻身于高贵精品之列。同时，马科利还煞费心机，让派克钢笔获得了英国女王伊丽莎白的喜爱。1988 年 1 月 3 日，美国派克钢笔广告首次与苏联消费者见面。广告的标题是用大号铅字排出的 5 个大字：“笔比剑更强！”在标题的下面，刊登了当时苏美两国首脑戈尔巴乔夫和里根用钢笔签署销毁中程导弹条约的大幅照片。在照片下边，附有派克钢笔的说明。于是派克钢笔身价倍增，马科利又趁机再次提高售价。这样，以炫耀名贵、高档装饰为标志的新派克笔重振雄风，才有了今天的辉煌。



派克公司非常善于炒作，也善于借助外力。在与圆珠笔竞争受挫之后，派克主动改变策略，借助豪华的包装，塑造高雅、精美、耐用的新形象，同时还依靠伊丽莎白等名人提升自己的身价，最终确立了今天的霸主地位。



法派写给克林顿的信



有的商人在品牌宣传上真的是舍得花大钱，下工夫。不过最绝的还是广为人知的请美国总统做“形象代言人”的宣传，更能说明企业家们在“炒作方面”下的工夫。

2000年7月，“搜狐”、“网易”、“新浪”等几大著名网站的首页纷纷亮出一条轰动性的新闻：中国温州法派公司向白宫发出一封E-mail，开价200万美元邀请克林顿总统在卸任后担任该公司的“形象大使”。

以下是法派公司给克林顿发出的邀请：

尊敬的克林顿总统：

我们是用“真诚”和“敬意”给您写信。这封信凝聚了数千名法派员工的心愿和梦想。

我们给您写信，就是希望您卸任后做我们的“形象代言人”。我们公司的情况在此信中就不一一赘述。总之，“法派”企业是一个生机勃勃、不断向世界靠拢的中国服饰企业。

而您，一定对“中国”这个东方国家留下了深刻印象吧。前些年您到过中国的西安、桂林，我们的一位员工曾亲眼目睹过您的容颜。更多的时候，我们是通过媒体关注您。

我们“法派”是把最精致的服饰奉献给热爱生活、追求卓越的人们。而您的气质、风度及丰富的人生内涵正是我们寻找的最佳选择！

我们欲高薪聘请您担任法派的“形象代言人”，我们极其真诚地对您发出邀请。希望我们的愿望能实现。

再一次对您致以崇高的敬意！

法派服饰有限公司

2000年5月25日

全世界有钱人都在读的赚钱故事



对于此事，姑且不论克林顿是否真的能够给“法派”做代言人，仅就此信来说，已经令法派公司出尽了风头，炒出了名声和效益。由此可见，对于一个优秀的商人来说，他不仅要懂得业务运作，而且也必须要精通炒作之道，借势生财。

虚张声势的本事



美国豆芽大王鲁几诺·普洛奇在发迹之前，听说中国的孵豆芽很赚钱，尽管他只知生产的简单过程，但他还是找了一个合伙人皮沙，租用一间店面改成人工豆芽场，加上好几排水槽，就开始干了。他的合伙人皮沙说，他甚至还从来没见过一粒毛豆。但普洛奇鼓励他说：“孵豆芽我见过很多次，我知道整个过程，很简单。”

普洛奇请来了几个日本人当顾问，从墨西哥购进大量的毛豆，还请人在杂志上写了些并不见得有趣的“毛豆历史”的文章，并大量散发豆芽食谱。接着跟几个食品包装商人接洽，将生产的豆芽卖给食品包装公司，还直接卖给餐馆或其他批发商。普洛奇的豆芽生产一开张便开始赚钱。

很快，普洛奇又冒出一个念头：如果跟人签约，让他们把豆芽装成罐头，不是可以赚更多的钱吗！他打电话给威斯康星州的一个食品包装公司，得到答复，他们同意把豆芽制成罐头。

当时正值第二次世界大战期间，所有金属都优先用于军事，老百姓只有有限的配给。普洛奇冒昧地跑到华盛顿，一直冲到军需生产部门。他虚张声势，用一个气派非凡的名称介绍自己，这是他和皮沙为他们的公司取的名字：“豆芽生产工会”。这在华府官员听来，这个名字倒像是什么农人工会，而不是一个只有两个人的公司。于是，军需生产部门便让这位推销天才带走了好几百万个稍微有些毛病但仍可使用的罐头盒。

第9辑 借得大船出远洋：有钱人的借势思维



当普洛奇的生意继续发展下去之后，他和皮沙买下了一家老罐头工厂，开始自行装罐。他将豆芽加上芹菜和其他蔬菜，做成一道美国人喜欢吃的中国“杂碎”菜。普洛奇继续发挥他“虚张声势”的才能，将罐头外面贴上“芙蓉”标签。普洛奇又故意将罐头盒“压扁”，让美国人觉得这些罐头来自遥远的中国，销路也就出奇的好，简直有供不应求之势。

以后，普洛奇一面扩大生产，一面将他们的公司改名叫“重庆”，并以“食品联会”的名义，举办大型的全国联销市场推销“重庆”生产的食品，给人造成“重庆”是一家规模宏大、资本雄厚的公司印象。就这样，普洛奇靠“虚张声势”建立企业形象，很快赚进1亿美元。



只要你找准“借”点，巧妙发挥，就能走上致富之路。
普洛奇一路走来，一直没有停止过他的拿手好戏：虚张声势。
漂亮的手段为他赢得了一场场漂亮的商战。

大都市中的断崖绝壁



日本最大的帐篷厂商，太阳工业公司的董事长能村龙太郎，在东京新建分公司时，慧眼独具，把十层大楼的外壁加以构思设计，别出心裁建成一座断崖绝壁，收费供人充作“断崖攀登练习场”。这座遍植花木苔藤的断崖，巍然耸立在车水马龙的东京市内，仿佛从天而降的高山，异趣横生，原野风味十足。

这座世界首创的人工断崖一竣工，喜爱登山的年轻人就结伴蜂拥而来，他们兴高采烈争先恐后地往上爬。断崖的尽头虽然没有重峦叠嶂和云海变幻，却使得年轻人奔腾的热血、无尽的精力得到尽情地发泄。在涉险攀登之后，他们大呼过瘾！

在热闹非凡的东京闹市区，忽然出现只有崇山峻岭之中才得一见的景观，一时吸引了成千上万看热闹的人群，也使得能村龙太郎的生意获利翻了数番。随后，该公司又在隔壁开设一家货色齐全的登山用品商店，自然也是生意兴隆。



异常。

一个都市人工断崖的巧妙构思，使得能村龙太郎的公司三面获利！



凡是可为我们带来财富的东西，都可拿来借用，没有现成的可借，就造一个，只要能造势，定会使利润翻倍。

任何地方都不放过



在客观条件不变的前提下，充分利用现有人力、物力、财力，发挥自身优势，挖掘自身潜力，是赢利的最佳途径。美国富豪希尔顿用 700 万美元，买下纽约市豪华的华尔道夫—阿斯托里亚大酒店。在取得大酒店的所有权之后，独具慧眼的老希尔顿立刻就注意到酒店走廊里的四根漂亮大圆柱，他敏锐地感觉到这些如水晶体的圆柱都是空心的装饰品，与支撑天花板无关。

于是，希尔顿立即命人拆开看看，果然是空心的装饰品。他请来工匠，在大圆柱里安装了若干个精致的小型玻璃橱窗，然后高价出租。出入豪华大酒店的都是有钱的阔佬，在橱窗里陈列名贵商品，自然会增加销路。这些橱窗立即被纽约市著名的珠宝商和香水商租用，用来陈列高档商品，招徕顾客。仅此一项，希尔顿每年收入的租金高达 2.4 万美元。由于增加了这些名贵商品，使大酒店增色不少，那些阔佬们携太太、小姐或情妇们出入大酒店也就更加频繁了。



真正喜好经商、善于经商的人，应该是“无孔不入”的，他们随时都在寻觅可以用来赚钱的东西。希尔顿看见几根空心柱子，也能将之利用起来，大获其利。任何东西在有头脑的商人眼里都是可以借来谋取财富的。



把鞋送给欧文斯



在德国一个偏僻的小镇上，拥有一家世界上最大的体育用品公司——阿迪达斯公司。这个小镇只有不到2万人，而这家公司却有4万名员工，分布在全世界40个国家的子公司，阿迪达斯公司经营各种体育用品，但是传统的、最为著名的产品是足球鞋，这些球鞋在各个国家都非常受欢迎，阿迪达斯也成了足球鞋的代名词。

在初创阶段，阿迪·达斯勒兄弟俩在母亲的洗衣房里开始制鞋，他们边制边卖，销售情况良好。兄弟俩不断地在款式上创新，他们不厌其烦地根据每位顾客脚的尺寸、形状制鞋，于是每一双鞋都最符合买者的需求。种种有利于顾客的经营方式，使他们的家庭制鞋作坊发展得又好又快，没几年就扩展成一家中型制鞋厂。

20世纪30年代，在柏林第11届奥运会到来之前，阿迪·达斯勒兄弟发明了短跑运动员穿的钉子鞋。他们又派人打探参赛运动员的情况，当得知美国短跑名将欧文斯很有希望夺冠的消息后，便无偿地将钉子鞋送给欧文斯试穿，后来欧文斯不负众望，在比赛中获得了4枚金牌。于是欧文斯穿的钉子鞋也跟着一举成名，阿迪达斯鞋厂的新产品成了国内外的畅销货，阿迪达斯鞋厂也随之变成了阿迪达斯公司。

用体育明星来创牌子的办法太妙了！此后，阿迪兄弟屡屡使用这种手法。不久阿迪兄弟又发明了可以更换鞋底的足球鞋，然后同样的，他们把新产品无偿送给了德国足球队。1954年，世界杯足球赛在瑞士举行，不巧，比赛前下了一场雨，赛场上尽是泥泞，匈牙利队员在场上踉踉跄跄，而穿着“阿迪达斯”的联邦德国队却健步如飞，并第一次获得世界冠军。

至此，“阿迪达斯”品牌名震海内外，成为世界制鞋业的王者。



阿迪·达斯勒兄弟的成功离不开其出色的营销方式。款式的创新、质量的提升是推销产品的重要保证，而依靠顶级的足球明星来做活广告，以举世瞩目的重大足球比赛做品牌宣传，无疑比一般的广告形式更具说服力，堪称绝佳。



跟着有见地的朋友走



1862年，美国的南北战争正打得不可开交。林肯总统颁布了“第一号命令”，实行全军动员，并下令陆海军对南方展开全面进攻。

有一天，摩根结识了一位新朋友克查姆——华尔街一位投资经纪人的儿子。

克查姆神秘地告诉他的新朋友，说：“我父亲最近在华盛顿打听到，北方军队士兵伤亡十分惨重！如果有人大量买进黄金，汇到伦敦去，肯定能大赚一笔。”

对经商极其敏感的摩根立时心动，提出与克查姆合伙做这笔生意。克查姆自然跃跃欲试，他把自己的计划告诉摩根：“我们先与皮鲍狄先生打个招呼，通过他的公司和你的商行共同付款，购买四五百万美元的黄金——当然要秘密进行，然后将买到的黄金一半汇到伦敦，交给皮鲍狄，剩下一半我们留着。一旦皮鲍狄黄金汇款之事暴露出去，而政府军又战败时，黄金价格肯定会暴涨，到那时候，我们就堂而皇之地抛售手中的黄金，肯定会大赚一笔！”

摩根迅速地盘算了这笔生意的风险程度，爽快地答应了克查姆。一切按计划行事，正如他们所料，秘密收购黄金的事因汇兑大宗款项走漏了风声，社会上流传大亨皮鲍狄购置大笔黄金的消息，“黄金非涨价不可”的舆论四处流行。于是，很快形成了争购黄金的风潮。由于这么一抢购，金价飞涨，摩根眼看火候已到，迅速抛售了手中所有的黄金，趁混乱之机又赚了一笔。



人一生中结识的朋友加起来也有好多，但是真正有见地的却为数不多。那些能带来重要信息和有见地的朋友，一定不要忘记有效地利用起来，这也是一种资源。



球王贝利的免费广告



巴西某地一家礼品店为了招徕顾客，在电视台大做广告宣传自己制定的店规：凡是名人前来购物，一律分文不收。但条件是必须以绝招来证明自己的身份。广告登出后，一些名人感到新奇，特来献技，远近顾客也慕名而来，想一睹名人风采。一时间礼品店顾客盈门，生意十分红火。

一天，球王贝利来到礼品店，顺手拿起店里一个足球放在地上，用脚轻轻一勾，球不偏不倚正好碰在门铃上，店内立刻铃声大振。未待铃声停止，贝利又用头一顶，把刚要落地的球顶到原来放球的位置。老板马上热情地邀请贝利挑选自己喜爱的礼品，且分文不取。不过球王的这一套干净利落的踢球动作早被聪明的老板摄下，成为商店吸引顾客的“法宝”。



球王贝利的球技非凡，而礼品店老板更是技高一筹，让大牌为自己做了一次免费的广告，招徕了不少顾客。

借美的的“东风”



成立于2001年的上海奔腾企业集团原本只是一个小家电企业，仅仅三四年的时间，在2004年就已实现销售额近5亿元。对于这匹迅速成长的行业黑马，许多人都想知道它成功的秘诀。

其实，上海奔腾企业集团的前身只是温州一个小型的音响和空调代理商，名叫“长江实业”。和许多温州民营企业一样，“长江实业”在起步阶段，走的就是依托名牌，借船出海，迅速发展壮大的路子。



早在1993年的时候，“长江实业”的老板刘建国就开始琢磨企业如何做大的问题，那时的企业虽然经过几年的自我积累有所发展，但是刘建国感觉单纯依靠自身有些势单力薄。于是，他想到了借助或依靠大型的名牌空调机制造商的力量，做一个专业制冷行业的代理商。

那时的“长江实业”的现状是：一没有实力，二没有关系，三没有队伍，四没有网络。无奈之余，刘建国只好把眼光转向了那些当时还没成为名牌的“潜在大款”——美的和格力。

为了“靠”上这两棵可能成为“大款”的树，刘建国给出的承诺是：第一年的年销售额比前一年翻一倍，第二年再翻一倍，第三年就成为区域市场占有率第一。

经过多次的“死缠烂打”，“长江实业”终于靠上了“潜在大款”，成为美的和格力的温州独家代理商。



“好风借好力，送我上青云”，聪明的商人都知道“借势”的妙处。如果认准了大势，但自身的力量太单薄，这个时候就要毫不犹豫地“借势”。

借别人的地，种自己的瓜



乐清市曾有这样一位年轻人，他擅长种西瓜，从1999年起走出家乡，来到广东省租地种瓜。仅用了五六年的时间，这个青年就已经能够一年出售西瓜8000吨，产值近4000万元。小小的西瓜被他做成了近亿元的大产业，他就是乐清市有名的西瓜大王牟帮贵，也确实是一个“借地生财”的高手。

出生在乐清市仙溪镇大岭头村的牟帮贵，很喜爱种西瓜。从1996年开始他到附近的温岭市种瓜，那时的他创业初期仅投入了5万元，此后到全国各地进行考察，发现广东、海南等地气候温和，自然条件好，适宜种西瓜。

牟帮贵第一年在广东省海丰市仅种了220亩，到2005年该公司在广东省雷

第②辑 借得大船出远洋：有钱人的借势思维



州市的生产基地已达1260亩，全部采用机械化，施肥、浇水都用喷灌设备，一天只需6个人就能全部完成。牟帮贵说，乐清人在广东种瓜站得住脚，是因为技术好，成本低。别人一亩瓜园投入4万多元，他们只需7800元，种出的瓜则一点不比别人差，还打入了要求严格的香港市场。人家0.5公斤西瓜成本要3元，他们只要1元钱，因而在市场竞争中大占优势。据不完全统计，乐清瓜农一年的时间为当地贡献了120万元的瓜税。

现在的牟帮贵还以技术和销售网络入股扩大生产基地，到2002年，他的瓜园种植面积扩大到了1000亩，资产超过了700万元。他又有了一个新想法——到海南去借地种西瓜。他毅然地卖掉了在乐清的瓜园，到海口美兰区租下了1600亩地，建起了西瓜种植大棚。

由于当地劳动力价格较高，2002年9月初，他来到广西，和100多名农民签订了用工合同。

2003年1月，牟帮贵的西瓜获得了丰收。由于克服了裂果现象，平均亩产量达到3000多公斤，总产量达到了5000吨。

现在，作为乐清市牟氏果蔬有限公司总经理的牟帮贵正忙着办理护照，准备去香港、新加坡考察市场，为自己种的西瓜开辟更为便捷的绿色通道。这就是一个温州农民的壮举，借助广东、海南这些丰富的土地资源，利用一个个小小的西瓜，竟然成了远近闻名、身价上亿的“西瓜大王”。



土地资源贫瘠就到外地去借“地”生财，可见没有什么是不可能的，天生的资源缺乏并不能造成绝对的致富困境，只要你善于借别人的优势，一样可以突破障碍。

弄潮商海，抓住贵人脉



有位叫本捷克的犹太青年去人生地不熟的地区做生意，不小心在上火车时踩着一位老者的脚，上车后恰又和老者坐了个尴尬的面对面。两人和解后他觉得这



老者一定不同寻常。于是下车后非常热情地要邀请老人吃饭，又想法知道了他家的电话和住址，以后便经常带些小礼物去登门拜访。他的生意由此得到了老者的热情帮助，越做越火，越做越大。在犹太人看来，没有外力当然也要自行发展，有了外力就能更好地发展。



“在家靠父母，出门靠朋友”，富贵之人更要抓紧，一旦抓住这条人脉，你的步伐会比同步人迈得更快，因为这是一条捷径。

善于借势的犹太人



犹太商人具有准确的判断能力，他们能够很快地判断出对方的能力、资历、信誉、实力等，在充分了解这些后，便开始同合作者展开合作。犹太人不论在经商、从政、科技方面，都善于借别人之势，以及巧借别人之智来为自己获得最大的好处。

洛维格年轻时曾一度贫困，他当过一段时间的推销员，也从事过其他的很多职业。3年后，在一家公司，他凭着自信与毅力，为自己争取到了一家灯饰公司商场副经理的职位。做了两年多，在灯饰经营方面积累了不少经验。为了能更充分地发挥自己的能力，洛维格决定跳出自立门户。

刚开始创业，困难自然不少，最大的“拦路虎”是资金不足，为此洛维格动了不少脑筋。1998年他承包了一个大型超市的巨型灯饰店，接手时这家店已经亏损。但洛维格不怕，他自己有经营灯饰的经验，客户方面也可以联系到不少。只要找到用武之地，他就可以大展拳脚。从组织、策划、进货到销售，洛维格样样事都亲力亲为，时时忙得连午饭都顾不上吃。不到一年，灯饰店就“起死回生”，还净赚了好几万元。承包经营，不必自己再去寻找铺位，购置设备、产品，只需出一些活动资金，比起自己开店，需要的本钱要少得多。这样一方面解决了资金

第⑨辑 借得大船出远洋：有钱人的借势思维



不足的困难，另一方面又可以在经营中不断地积累资金。用洛维格的话说，就是借别人的鸡，下自己的蛋。

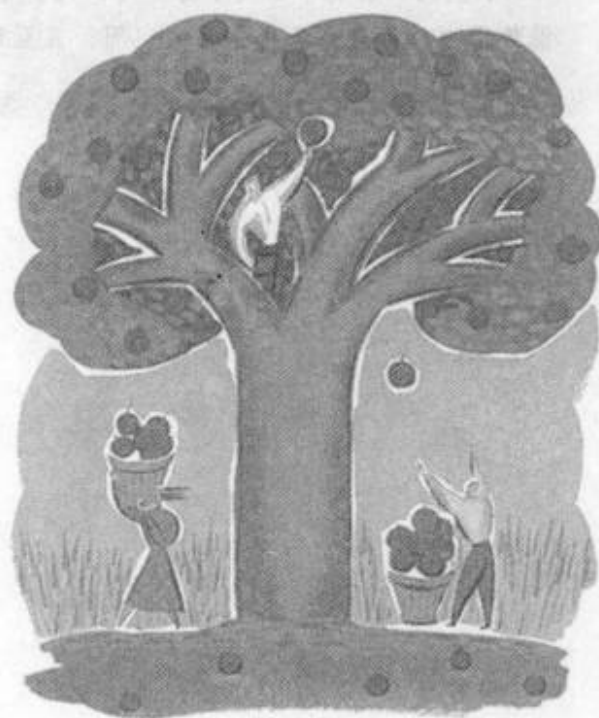
洛维格正是利用这个机遇，走出了创业的第一步。生意慢慢做大，储存的“蛋”也越来越多。



犹太商人在竞争中处于劣势时，大多寻求合作伙伴，借势借力，为自己争得生存的空间，直至形成对行业的垄断。

【题解】 本题主要考查的是对“树”这一意象的理解。

【答案】 本题考查的是对“树”这一意象的理解。树是自然界中一种常见的植物，它不仅是人类赖以生存的重要资源，也是人类文明发展的重要象征。在文学作品中，树常常被赋予丰富的内涵，成为作者表达思想感情的重要载体。



第 10 辑

财富是一种至高的人生哲学： 和有钱人一起品悟商道

有的大富豪对自己平常的生活节俭有加，而对社会的回报却不计其数，在他们看来，金钱只是一些符号，只有把它们用于制造社会大多数人的快乐时，自己的快乐才能真正实现。



财富之外的追求



有这样一个古老的寓言，上帝要召见一位富翁。这位富翁有三个朋友，第一个是相知甚深的莫逆之交。第二个招人喜欢，但与他相处，不如第一个亲密。第三个是时常往来，却对他不大关心。

大限来时，毕竟心中有些惊慌。于是富翁请三个朋友与他一起觐见上帝。

他去请那个莫逆之交的朋友一同前往，结果遭到干脆的拒绝。拒绝就是拒绝，连个理由都不用找。

他又去请第二个朋友，这第二个朋友倒还算爽快，说我陪你到天堂门口，然后你自己进去怎样？

第三个朋友接到请求，说好哇，你又没有做什么坏事，根本不用害怕，我陪你去见上帝，我完全可以替你作证。

三个朋友身份不同，态度也就不同。

第一个朋友是财产，无论你多爱它，它也不能到死跟随着你。

第二个朋友是亲人，他们可以送你到火葬场，但安葬完毕之后，他们会立即掉头回家。

第三个朋友是善行，平日虽不很显眼，但是死后却永远跟随着你。



人在追求财富的时候，应当有更高的追求。财富并不能成为生活的全部，它仅仅是物质上的代表。



郑周永的“小气”和豪迈



现代企业集团的首脑郑周永，从一个一无所有的穷小子，赤手空拳打下 503 亿美元资产的江山，一跃而成为世界瞩目的超级大亨、财界巨头。

就是这样一位世界上赫赫有名的大富豪，在日常生活中却出奇的“小气”：一条裤子可以穿上好几年；衬衫直到领子、袖口磨破了才换新的；一只旅行皮箱能用十几年，直到把手坏了才换新的。他没有自己的专用餐厅，经常在员工餐厅里与职员们一起用餐。他的办公室朴实无华，墙上只挂了一幅韩国国花的绘画和一幅“淡泊以明志”的字轴。他对 6 个弟妹、9 个子女的管教也非常严格，要求他们都像他那样，过一种俭朴的生活。

然而，就是这样一位严于律己，崇尚俭朴的亿万大富翁，在对待公益事业、慈善事业上却是豪气冲天，大把大把的钱花起来毫不吝惜。1977 年，他把自己拥有的“现代建设”的 50% 的股票捐了出来，建立了“峨山社会福祉事业基金会”，还出资创办了医院、幼儿园等社会福利事业，充分显示出了他的仁爱之心。



这就是一个富豪的“小气”与豪迈，自己勤俭朴素，对社会却丝毫不吝于重金相赠。他揭示了自己的一种财富观：金钱只是一种符号，财富却是一种至高的人生哲学。

金钱并非万恶之源



1901 年，小洛克菲勒应慈善事业家罗伯特·奥格登之邀，和 50 名知名人士一起乘火车考察南方黑人学校，做了一次历史性的旅行。回来后小洛克菲勒写



了几封信给父亲，建议创办普通教育委员会，老洛克菲勒在接信后两个星期内，就给了1000万美元，一年半以后，继续捐赠了3200万美元。在往后的10年里，捐赠额不断增加。

在洛克菲勒基金会成立后，小洛克菲勒凭他的牧师的神圣灵感和商业的敏锐性，已预见到洛克菲勒的慈善事业可能产生的国际影响了。

出于商业的考虑，1914年，有人建议创设中国医学会，并拟订计划在中国北京建立几家现代化的医学院。

于是，北京协和医学院和协和医院诞生了。小洛克菲勒亲自到北京参加了落成仪式的典礼，并在讲话中称它是“亚洲第一流的医学院”。这座先进的医院为中国人民带来了健康的福音和曙光。

在洛克菲勒的慈善机构中，小洛克菲勒最关注并最有情感的是社会卫生局。

1909年，纽约市长竞选活动中一个主要的争论问题是卖淫问题，结果成立了一个大陪审团调查买卖娼妓的生意。被人们看做“好好先生”的小洛克菲勒，应邀当上了这个大陪审团的陪审长。

他接受任务后，就把全部精力都用上去，不分白天黑夜地工作，几个月后，作出了一份详细报告。报告建议组织一个委员会来处理这个社会弊病，但纽约市长拒绝成立委员会，于是小洛克菲勒决定自己干。

1911年，他建立了社会卫生局，投资50多万美元。

小洛克菲勒最大的一项义举是捐出5260万美元恢复和重建了整整一个殖民期的城市——弗吉尼亚州殖民时期的首府威廉斯堡。那里的开拓者们曾经最早喊出“不自由，毋宁死”的口号。

小洛克菲勒说：“给予是健康生活的奥秘……金钱可以用来做坏事，也可以是建设社会生活的一项工具。”



金钱不仅不是万恶之源，它反而能为人们带来幸福，其关键在于你如何去使用和支配它。为此，我们大声地疾呼：勇敢地去赚钱吧，让社会与你共享财富。



捐赠与赚钱同样快乐



比尔·盖茨在《福布斯》杂志1997年慷慨捐献排行榜上名列第四。泰德·特纳的联合国捐赠使他荣登榜首。那一年比尔·盖茨的捐献额达到2.1亿美元，都是捐给他最喜爱的公益活动。

湖畔中学筹募建设新大楼资金时，比尔·盖茨与保罗·艾伦共支付220万美元，兴建了一栋教学与科学大楼，称为艾伦盖茨楼。

有时候，一个小型但很重要的公益活动也能引起比尔·盖茨的注意。在人口仅270人的内布拉斯加州格伦维尔村里，居民收集汽水罐并且举办运动比赛，设法募集两万美元的资金，把一个从前的学校运动场改建为公园。募款委员会也请求比尔·盖茨及其他有钱人捐款，并解释说，格伦维尔村的儿童需要一个聚会场所，并且希望帮助解决好吸毒和酗酒方面的问题。

比尔·盖茨寄了一张5000美元的支票，附带一封信，说明他通常不回应向他要钱的请求，可是委员会的解释令他感动。

图书馆通常因比尔·盖茨慈善捐助而受益。他捐出1200万美元在华盛顿大学，设立了一座法学院图书馆，以他父亲的名字命名。

比尔·盖茨与夫人梅琳达设立了比尔·梅琳达·盖茨图书馆基金会，计划捐出比尔·盖茨自掏腰包购买的4亿美元的微软软件，给美国各地的公共图书馆。

1997年，比尔·盖茨捐给图书馆的钱居美国国内之首，超过任何个人捐赠者和美国联邦政府。他相信，公共图书馆是奠定美国社会与民主的重要机构。他希望填补介于有门路取用重要信息的人与没有门路的人之间的鸿沟。他想在2002年之前，不论是城市或乡村，每个经济不景气的社区的每一座图书馆，都能连上因特网。那笔4亿美元的赠款，应该可以使美国16000座公共图书馆中的半数上网。老比尔·盖茨管理着大约3亿美元的比尔·梅琳达·盖茨图书馆基金会。比尔·盖茨说，在他去世前，会把他95%的财产捐出去。

全世界有钱人都在读的赚钱故事



“花钱花得有智慧，和赚钱一样难。有意义地捐钱，将是我后半生主要的事情——假如那时我还有很多钱能捐出去的话。”这就是比尔·盖茨的花钱观。

善举也是一种财富



有钱人的这种以善为本的情怀是许多优秀的商人所固有的。台湾富翁王永庆在这方面也总是不遗余力，堪称典范。从某种意义上说，这也是他赖以取得成功的一种内在素质和基本功夫。

1984年，王永庆和弟弟王永合捐了1亿新台币给社会福利事业，创下私人捐款的最高纪录。

1986年，王永庆70岁时，做了几件有益社会的大事。

当年，台湾地区很多患者需要捐赠器官以挽救生命，可是台湾人的传统有全尸的观念，不肯把器官舍弃，一定要带着完整的身体入土。他知道了后，公开宣布，在5年内，所有在死亡后捐出器官遗爱人间的人，他将赠给10万新台币作为丧葬补助费，钱虽然不多，但是对提倡捐赠器官的风气却有一定的促进作用。

在非营利性事业方面，王永庆先后成立了明志工业、长庚纪念医院、生活素质研究中心等，都是以台塑模式来进行管理，因此成效显著，成为同业中的佼佼者。

在回馈社会，兴办公益事业方面，长庚医院可谓是王永庆的一大手笔，深得台湾人民赞赏。

长庚医院的设置，大大提高了当时的医疗科技水平。

创院时向外招来寥寥几个的医护人员参与开拓工作，其后每年接收实习医师，自行培养成医师，最后使其成为主治医师，至今其主治医师人数已达700多人，构成了非常坚强有力的阵容。后来院方评估嘉云地区医疗资源严重不足，企业又有建厂计划，因而接受企业方面的请求，为了回报社会，王永庆决定前往设置医院，

第10辑 财富是一种至高的人生哲学： 和有钱人一起品悟商道



以满足当地的医疗服务需求。王永庆谈道，依据经验，在贫瘠的麦寮地区要提高医疗水准，并兼顾各方面的条件，必须设立一所具有一定规模的医学中心，除了提供当地的医疗服务外，从彰化以南到台南以北，在此地区内的医疗机构也可以和长庚纪念医院相互配合支援，协同提升整个地区的医疗水准，充分发挥正面效果。



王永庆竭尽心力回报社会的行动，得到了大家的认同，在他的心中，善举其实也是一种财富，只是这种财富是精神的财富，让人们的精神得到了一种快乐。同时他的善举也带动了一大批事业有成的富商慷慨倾囊兴办公益事业。

慈善业的革命者



在洛克菲勒之前，富有的捐赠人往往只是将捐助的目标锁定在自己喜爱的团体，或者馈赠几幢房子，上面刻着他们的名字用来显示其品行高尚。洛克菲勒的慈善行为则更多地致力于促进知识创造和改善公共环境，无疑其影响更为广泛，意义更加深远。由他捐助的善款数额由于太过庞大甚至引发了慈善业的一场革命。

初始，洛克菲勒通过创立芝加哥大学来确定今后作为慈善家的工作方式。在芝加哥大学5周年校庆的美好日子里，一向为人低调的他终于被说服出席参加，并受邀作了热情洋溢的演说：“我要感谢理事会，感谢校长先生，感谢今天所有来庆祝这一辉煌开端的朋友们。这只是一个开端——今后的事业将由你们来完成。你们有权利来完成这项事业，你们和你们的子女拥有这个权利。我相信你们会成功的。这是我一生中最明智的投资。人们怎会不把金钱、时间和最大的精力投在芝加哥大学呢？为什么不呢？哪里还会有比这儿更好的理事会、更好的老师呢？能与这所大学联系在一起，我感到非常地荣幸。仁慈的主赐给我金钱，我怎么能不把它用在芝加哥大学呢？”



洛克菲勒的热情和真挚感动了在座的所有老师和同学，都称赞他是一个了不起的人。

虽然对于他一次次的慷慨资助，世人的意见褒贬不一，但他的确成了慈善事业的一块奠基石。甚至在他死后，还得到了美国人这样的评价：“除了我们敬爱的总统，洛克菲勒堪称我国最伟大的公民，是他用财富创造了知识。世界因为有了他而变得更加美好。这位美国首席公民将永垂青史！”



一个人的富有应当与他能放手出去多少事物成正比，善待财富，好好地利用财富，让它发挥其应尽的义务，对洛克菲勒来说比单纯地聚敛财富更让他感到开怀。

李嘉诚独办汕头大学



1979年，中国开始搞改革开放，汕头市被列入经济特区，因此更需要较多经济管理人才。于是，为了尽快满足潮汕地区经济和社会发展的需要，潮汕地区更加迫切地需要一所大学。在这种形势下，海内外又一次掀起建立汕头大学的高潮。

李嘉诚与全国政协常委、中华全国归国华侨联合会副主席、香港南洋商业银行董事长、汕头大学筹委会副主任庄世平老先生进行了长谈。

会谈中，李嘉诚和庄世平越谈越兴奋，越谈越激动，仿佛眼前已出现了一座规模宏大的汕头大学。

李嘉诚仔细考虑了汕大创办的重要意义，考虑了自己毕生为之奋斗的理想，以及信守诺言的处世准则之后，认为办汕头大学比生意上的得失更重要。

1983年5月，李嘉诚在给汕大筹委会的信中动情地说：“近年世界经济衰退影响所及，长江实业也面临着极大的困难。各行业倒闭及侵蚀者甚多，他们经济损失十分严重。上述捐赠，在个人今后数年之现金收入，已达饱和，但鉴于汕大

第10辑 财富是一种至高的人生哲学： 和有钱人一起品悟商道



创办成功与否，较之生意上及其他一切得失更为重要，而站在国民立场，能在此适当时间，为国家尽心尽力，即使可能面对较为困难的经济情况下，你们也一定要做这件有重大意义的事情。”

于是，李嘉诚果断地决定，一定要把汕大办起来。他再三向广东省、汕头市的领导表示：不管将来情况如何，他都要走下去，“我李嘉诚如果创办汕大的意志不够坚强，那么，汕大只能成为一个美丽的肥皂泡。俗话说，路遥知马力，日久见人心，意义也在于此吧”。

在李嘉诚的大力推动下，汕头大学终于创建起来了。



李嘉诚是华人首富，关于他的成功之道，已有大量书籍记载。但其实他成功秘诀的核心只有一个字：诚。如果唯利是图、不顾信誉、偷奸耍滑，就不会在这竞争激烈的年代生存太久。

犹太富人的处世智慧



在世界各国的商人中，犹太人是具有社会意识的商人。他们最愿意用捐赠的方式来表达自己的社会责任感。几乎所有知名的犹太商人都有过巨额的捐赠。

从乞丐变成亿万富翁的约瑟夫·贺希哈在这方面树立了良好的榜样。

在约瑟夫·贺希哈第一次赚到16.8万美元时，他首先想到的不是急于把这笔金钱全部投资于他迷恋的股市交易，约瑟夫从不忘记与自己长期合作、患难与共的伙伴。他让合作伙伴朱宾全盘负责开掘铀矿，事先就给予了朱宾1/10的股票优先权，使朱宾在用自己的智慧掘出铀矿的一刹那便成为百万富翁。约瑟夫不仅对与他有重要经济合作的伙伴是这样，对他公司的下属职员也十分关心，甚至对一个开电梯的孩子也是如此。这个可怜的孩子有一个多病的母亲，微薄的薪水难以支撑母亲的医药费，约瑟夫便长期地承担起对这个家庭进行接济的责任。



在约瑟夫从乞丐到亿万富翁的一生中，他对被别人骂做“穷鬼”的乞丐生活有着刻骨铭心的记忆。在成为富翁以后，他一直把捐助像他童年时一样贫穷的人作为自己义不容辞的责任：他向学校捐款，为的是使贫穷人家的孩子能得到更多的教育以挖掘他们的天赋；他向盲人医院、孤儿院捐款，为的是使残疾人 and 无依无靠的孤儿得到救助。由于自己对艺术的浓厚兴趣，他特别喜欢资助贫穷而又富有艺术才华的学生们，使他们能够全身心地投入到艺术的王国之中。他经常驾驶一辆黑色的超豪华林肯牌轿车，不断地驶入哥伦比亚大学、曼哈顿大学、加州图书馆、孤儿院、盲人医院、教会等处，不辞辛劳地把一笔笔捐款送给那些需要帮助的人们和组织。



犹太人从不嫌贫爱富，并且把尊重穷人，对穷人进行帮助作为自己的义务，这是犹太人团结友爱的处世智慧之一。

只有两个人的西餐厅



在北京西四东大街这条算得上繁华的马路上，有一家 60 平方米左右的西餐厅，名叫“两人世界”。别看它门脸儿小，但想在这里吃饭的话，不提前预订根本找不到座位。

“两人世界”可以称得上是全北京最小的西餐厅了，因为这里只有一张餐桌，从开业至今，菜单和价格从来没有变过，而且吃来吃去总是一种味道——浪漫的味道。

来“两人世界”体味浪漫滋味的，有 70 多岁过结婚纪念日的老人；有捧着 99 朵玫瑰求婚的小伙子；有为了破镜重圆坐了整整 6 个小时的恋人……短短的三年时间里，这里不知上演了多少浪漫的故事。

开这样一家浪漫的西餐厅，确实别出心裁。店主是学财会出身的，现在还开着一家小型的环保设备公司。他三年前开这个“两人世界”西餐厅，原因是看中

第10辑 财富是一种至高的人生哲学： 和有钱人一起品味商道



了身边的人们对生活质量的追求。

“两人世界”西餐厅的店主说，因为人们平常工作都挺忙挺累的，大家把那“口”叫做生存，而不是生活。所以他想，能不能借鉴一种什么样的形式把生活找回来。他爱吃西餐，所以想不如开个最小的西餐厅。他觉得西餐本身代表着浪漫，在中国，他觉得很多人去吃西餐的目的就是为了要那个情调、那个气氛。

正是有了这种想法，店主便开了这家小店。“两人世界”投资了24万元，租金和转让费只有9万元，大部分的钱投在了装修和设备上，比如投影电视、相机、DV留念，等等，能想到的服务，都用上了。为了给顾客营造浪漫的氛围，店主为所有用餐的人做了一个叫《幸福的味道》的幻灯片。同时他还免费为订餐的客户提供各种创意，记录两个人的生活历程，把一顿普普通通的饭菜做得有声有色。用店主自己的话来说，他不是做餐饮的，而是做服务的。

“两人世界”西餐厅在开业半年后，开始赢利了。别看只有一张餐桌，每个月却有1万多元钱的利润。后来店主又投资40万元，在一个四合院里开了一家新店，想把在“两人世界”结识的顾客们聚到一起，举办各种主题活动。店主算过，顶多一年这里就能收回本钱。



“两人世界”西餐厅的成功不在于销售餐饮，而在于销售情调，销售文化。在未来的服务市场上，文化的含量决定着企业的竞争力。

寓生意于文化



宋城集团黄巧灵自认为是第三类资本家，用他自己的话说是“文化资本家比较合适”，这也就决定了他的感情世界与他的经营不能完全分离。“在我的经营之中，感情的经营也是一个重要的部分，赢得人心其实是旅游业的一个重要



利润来源。”

黄巧灵一直引以为自豪的，除了他的旅游产业以外，是他对中国文化的潜心研究。这种延续至今的爱好，来自于他的祖父。

“我的祖父是一个中医，他留给我的东西就是儒家的文化。我认为这是我在商界的立身之本，也是我做人的立身之本。”黄巧灵这样评价说。

“小的时候，我家里祖父的医书就是我接触中华文化的开始。中医是和中国的历史、文化结合在一起的，中国文人信奉‘不为良相，则为良医’，而良医就是文人的另一种形态。那时候我们家满屋子都是我祖父的那些书，当时也没有别的书，就无可救药地爱上了中国古代文化。我到部队的时候，带了两本书去，都是我祖父的藏书，一本是《红楼梦》，一本是《易经》。在部队没事的时候就拿出来翻翻，到离开的时候书已经被翻得稀烂了。”

黄巧灵认为他的事业得益于这种文化，甚至可以说步步都是。在军队，他正是因为喜欢写作才从一名普通士兵被提成了文书，最后还被调到了军区报社担任记者。在家乡他也是凭着这一技之长才在新华书店和群艺馆站住了脚，而对儒家文化的热爱，更使他在社会上交到了一大批朋友，甚至使他把朋友从国内交到了国外。而在商界，他对文化的熟稔使他掌握了社会心理，使他的宋城景点一举成功。



文化，不仅是一个企业品牌的持久的魅力，而且文化也是现在许多像黄巧灵这样杰出的企业家所始终钟情的对象，也正是这种对文化的偏好使他们走向了成功。

雀巢把生意做成文化



1938年4月1日，雀巢公司把雀巢咖啡——世界上第一种只需要用水冲调又能保持原汁原味的100%速溶咖啡产品，正式推向市场。

在雀巢咖啡推出之前，为享受到一杯口味醇正的咖啡，人们同时就得忍受不

第10辑 财富是一种至高的人生哲学: 和有钱人一起品悟商道



是费力就是费钱的痛苦。价廉味正的速溶咖啡的推出,省却了人们的烦恼,理应很受欢迎。但是,出乎雀巢公司意料,雀巢咖啡在市场上大力推出5年之久,仍然没有多少人愿意买。

雀巢公司在长期的调查研究之后才发现,他们之所以失败,是因为受到了传统咖啡文化的抵制。和文化碰面,产品肯定吃败仗。雀巢公司算是知道了真正的对手。

但雀巢公司必须生存下去。他们决定做一个重大转变:既然产品打不赢文化,只有文化才有可能打赢文化,那么,就把速溶咖啡做成一种文化,一种更厉害的文化。

雀巢公司说服加入战争的美国政府,同意将雀巢公司作为美军的配给物资供应商。于是,作为食品供应的一部分,雀巢速溶咖啡迅速出现于每个美国大兵的餐桌上。战场上硝烟弥漫,烽火连天,绝对不是军队可以为士兵们磨咖啡豆煮咖啡的好地方。所以,美国大兵不得不端起桌上的雀巢咖啡。

如此,雀巢咖啡饮用简便且保留原汁原味的优点终于有了用武之地。不久,雀巢咖啡不但获得美国大兵们的认同,而且成为他们的至爱。二战后期,随着美军的节节胜利和南北转战,雀巢速溶咖啡开始影响世界。战后,已经被改变了咖啡饮用习惯与口味的大量美国退伍军人,把对雀巢咖啡的偏爱带回国内,雀巢速溶咖啡迅速成为美国人的饮料。

20世纪70年代,美国实用主义对世界文化的影响达到高潮,饮用简便的雀巢速溶咖啡终于成为一种世界流行时尚。

雀巢公司终于把生意做成文化,结果当然是大获其利。今天,雀巢速溶咖啡已行销100多个国家和地区,全世界每天要喝掉3亿多杯雀巢咖啡。



当产品成为大众概念中不可分割的一部分时,一份事业也势必“基业常青”,在企业文化上做得好,可以展望企业的发展前途,而忽视了企业文化,即使生意红火也只能是一时的。



第 11 辑

诚信是金：信用是富人的底线

诚信是种美好的品德，在商品经济时代，它更被赋予了多重的商业价值。它无论对个人、企业，甚至对国家都是笔无形的、长期的有价值投资，怎样利用好这笔财富，是衡量一个商人素质的重要标准。



奥康亏本的买卖也要做



有一次，温州奥康集团国际贸易部接下了意大利客商的一笔订单，双方谈好产品单价为 23 美元，并签订了购销合同。但在产品投产时，他们发现在核算成本时将皮料的价格算得过低，若按实际成本计算，出口价格每双鞋至少还要增加 1 美元。当该部负责人将情况汇报给总裁王振滔，并请示是否与外商洽谈加价时，王振滔表示：既然签了合同，就是亏本了，这笔买卖也要做。

消息传到意大利客商的耳中，对方主动提出增加 1 美元，但被王振滔婉言谢绝。他说，多赚 1 美元少赚 1 美元并不重要，重要的是恪守信用。

意大利客商大为感动，当即将原来 20 多万美元的订单追加到 100 多万美元，并表示：以后要和奥康集团建立长期合作关系，下更多的订单。



聪明的商人很早就意识到，坚持诚信可能会在某些情况下吃点儿亏，但的确是干大事业者必不可少的素质。企业要拓展广阔的国际市场，就更需要具备诚信意识。

人性化服务打造信誉



经商时不仅要讲究信誉，而且要服务周到热情，注重个性化服务，从而赢得商誉。有一个姓蔡的温州老板，在上海开有一个建材市场，起初的时候，生意不是太好，他一时也找不出是什么原因。

后来，蔡老板发现，上海人非常节俭，许多上海人吃早饭都是开水泡饭，即



便是有钱的上海人也不乱花钱，更不用说是花冤枉钱。尤其在装修房子上，上海人特别精打细算。但是，再怎么细算，总是会有一些出入，等新房装修好之后，多多少少要剩下一些材料，怎么办？留着的话，已经没有多大用途；丢掉，是花钱买来的，又非常可惜。

针对这种情况，蔡老板贴出告示：凡在本市场购买的装饰建材，用剩下的可以原价退还。蔡老板这样做并不亏，而且生意比原来翻了好几倍。明眼人一看就知道，蔡老板多的都卖出去了，退回来的只不过是少数，而且还可以继续再卖。真所谓：“买的永远没有卖的精。”



市场竞争的规则并不一定是大鱼吃小鱼，因为大鱼往往吃不了小鱼，反过来小鱼还会吃掉大鱼，真正的规则是快鱼吃慢鱼。一个小企业只要机制灵活，充满活力，在服务上客户至上，用人性化的服务打动客户，就一定能缔造一个大企业，并且迅速地壮大自己。

信用造就了佳世客



超市作为商业类型之一，在零售业界占据主导地位，而佳世客更是超市中的骄子，1995年其营业额已高达12 021亿日元。冈田卓也曾经是一个百货商店的店主，一个曾经在日本零售业界微不足道的人物，他靠自己非凡的才华，一步步从“冈田屋”简陋的小店迈进了佳世客宽敞的办公室。在日本的四日市——冈田卓也的家乡少了一位精明能干、受人称道的百货店主，而在日本零售业界却多了一位叱咤风云的商业巨子。

冈田卓也，生于1925年9月19日，是家里唯一的男孩，42岁的父亲冈田惣一郎中年得子，自然对小冈田宠爱有加。但是，天有不测风云，1927年9月30日，正当冈田惣一郎想雄心勃勃开创自己的事业时，病魔却无情地夺走了他的生



命。这时，冈田卓也才刚满两周岁。

冈田卓也可以说是“冈田屋”传统经营之道的忠实继承者，他时时牢记祖父的一句训言：“要靠降价赢利，不靠涨价赚钱。”战后初期的日本，物资匮乏，有些商人趁火打劫，囤积销售，哄抬物价，造成物价飞涨，当时的商业界，黑市交易、投机经营成为普遍现象，在有可能决定“冈田屋”生死存亡的关键时期，是随波逐流，还是坚持正当经营，对年轻的冈田卓也社长来说，是一个重大的考验。尽管当时的小店很需要钱，而钱又那么唾手可得，但冈田卓也在关键时刻显示出他可贵的商德。冈田卓也没有因为钱而放弃经商的原则，而是始终把维护商业信誉放在第一位，坚决顶住尔虞我诈的不良社会风潮，坚持低价销售、诚实经商，凭着良心和优秀的商德进行着惨淡经营。

冈田卓也所做的一切很快得到回报。1947年秋，日本政府为制止黑市交易，恢复了战争时期曾实行的布票制度。居民必须在经营供应物品的商店事先登记所需，政府凭登记数量向商店批发布匹、衣物，登记过的顾客再凭票购买棉布或棉袄。登记的客户越多，进货就越多；反之，如果没有顾客登记，则说明商店没有信誉，政府也会相应取消其经营配给布匹的资格。由于“冈田屋”一向坚持优质低价、诚实经商，在当地享有极好声誉，因此，政府一公布新措施，市民们纷纷到“冈田屋”登记。获得了信赖，小店也因此逐步走向复兴，最后慢慢演变成今天的佳世客。



如果当时冈田卓也也像那些见利忘义、欺行霸市的奸商一样，自然也会被顾客抛弃，更不会有今天的佳世客。

赔本建起阿斯旺高坝



埃及副总统奥斯曼最初是一个建筑承包商人。

1960年，奥斯曼承包了世界上著名的阿斯旺高坝工程。地质构造复杂、气温高、



机械老化等不利因素给建筑者带来了重重困难，从所获利润来说，承包阿斯旺高坝工程还不如在国外承包一个大建筑。奥斯曼为了国家和人民的利益，克服一切困难，完成了阿斯旺高坝工程第一期的合同工程。但随后却发生了一件令奥斯曼意想不到的事情，让他吃了大亏。

纳赛尔总统于1961年宣布国有化法令，私人大企业被收归国有。奥斯曼公司在劫难逃。国有化后，奥斯曼公司每年只能收取利润的4%，奥斯曼本人的年薪仅为3.5万美元。这对奥斯曼和他的公司都是一次沉重的打击。奥斯曼没有忘记自己的诺言，他委曲求全，丝毫不嫉恨，继续修建阿斯旺高坝。

纳赛尔总统看到了奥斯曼对阿斯旺高坝工程所做的卓越贡献，于1964年授予奥斯曼一级共和国勋章。奥斯曼保全了自己的形象与自己的处世原则。他并没有白吃亏，1970年萨达特执政后，返还了被国有化的私人资本。此后，奥斯曼公司的影响不断扩大，单独承包了埃及许多大工程。奥斯曼本人到1981年已拥有40亿美元的资产，成为驰名中东的亿万富翁。



奥斯曼讲究信誉的做法，在一定情况下会使自己吃亏。但在这种情况下，吃亏毕竟是暂时的，所谓有亏必有盈，某次吃亏或经济利益受损却会给自己长远的事业带来积极的影响，甚至长远的影响。

诚实是促销的好手段



美国道格拉斯飞机制造公司为了卖一批喷气式客机给东方航空公司，创始人道格拉斯本人专程去拜访东方航空公司的总裁利贝克。

利贝克告诉他说，道格拉斯公司生产的新型DC-3飞机和波音707飞机均有一个共同的毛病，那就是喷气发动机的噪声太大，并表示愿意给道格拉斯公司一个机会，如能在减小噪声方面胜过波音公司，就可获得签订合同的希望。



对道格拉斯公司来说，是一桩多么重要的买卖啊！但是，道格拉斯回去与他的工程师商量后，认真地答复说：“老实说，我想我们没有办法去实现你的这一要求。”

利贝克说：“我想也是这样的，我这样做的目的，只是想知道你对我是否诚实。”由于道格拉斯的诚实打动了利贝克，赢得了他的信任，他终于听到了一直期待的好消息，利贝克说：“你将获得 1.6 亿美元的合同。现在，去看看你如何将那些发动机的噪声控制到最小的程度。”



没法做到的事，最好不要给别人任何允诺。生意场上，没有什么事情是可以瞒骗多久的，一旦被拆穿，将前途尽毁。

交出太太的戒指



山本武信是做化妆品批发生意的。他 10 岁时就来到大阪，在一位化妆品批发商那里做学徒。

他后来的生意窍门均来自学徒时的经验。他眼光独到，且重义气、讲交情，是生意场中难得的人。

山本武信立志要做国际贸易，把生意做到海外去。第一次世界大战期间，他的出口生意很火爆，赚了不少钱。由此，他便去银行贷款，备足大量货品，以适应市场需求。然而事情并不像山本武信所预料的那样，一战结束后，出口停止，货品立刻滞销，他只好把大量的库存降价出售。然而货款收不回来，开出去的支票很快也成了问题，虽然尽力挽救，却也无力回天了。就在这时，山本武信宣布破产，把自己的所有财物都交给银行处理，甚至连他太太的戒指和自己的金怀表也交了出去。

山本武信表现出了与一般人不同的人格，本来按惯例，这种情况下个人是可以保留一些生活日用品的，尤其是太太的饰物一类，是可以不动用的，但是山本武信坚持要拿出全部的东西哪怕是一丁点值钱的东西。

后来银行经理对他说：“山本先生，这一次的损失固然是你的责任，但战后生意的不景气，也不是你能决定的。你负责任的诚意，我们很了解，可是也不



必做到这种程度。你店里的东西，当然你要全拿出来，像这些身边的物品，就不必拿出来了，尤其是你太太的戒指……还是请你拿回去吧。”

对于银行的好意，山本领情，但执意不肯拿回。后来，银行为他的诚信所感动，非但派人给他送去了太太的戒指，而且还给他带去了数额巨大的一笔贷款，作为援助，这是他无论如何都没有想到的，也正是这笔钱使他最后渡过了难关，重新在生意场上站立起来。



品格是世界上最强大的动力之一。讲求诚信的品格，是人性的最高形式的体现，同时也是最好的投资本钱，它能最大限度地展现出人的价值。

多出的 5 000 万法郎



小伙子罗斯曼大学毕业后在一家外贸公司工作，由于工作出色，很快被公司提升为负责法国外贸的主管。

一次，罗斯曼和法国一家大公司有个合作项目。经过艰苦的谈判，双方都获得了自己要求的利益，达成了协议。为了表示对这个项目的重视，法国公司的市场部主管亲自来以色列签约。签约之后，双方很快进行了交易。可事后，公司的财务部给罗斯曼传来信息，说是公司账上多了 5 000 万法郎，要求查清楚。罗斯曼非常重视，他很快就发现是和法国公司合作中，对方由于某种原因造成的一个失误。罗斯曼当时就打电话联系法国公司，随后亲自携带款项到法国，询问这个问题。法国公司对罗斯曼这一举动非常感动，看出了罗斯曼不取不义之财，也看出了他们公司是值得好好合作的一个伙伴。为表示感谢，法国公司主动把合约条款放宽了很多，给罗斯曼公司每年增加 200 万美元的收入。

罗斯曼不取不义之财之举换来的是公司的长期财富。



有时候不义之财的出现反倒是一种难得的机会，你可以借此向对方宣告你做生意的诚意，从而为长期的合作埋下伏笔，这种见便宜不捡的做法实际上是一种“投资”手段。

让餐刀和叉子坐飞机



1958年，美国一家石油公司向藤田田先生订购了3万把餐刀和叉子，交货日期为9月1日，地点定在芝加哥。藤田田先生不敢怠慢，立即商请岐阜的厂商为他赶制。

值得说明的是这家美国石油公司是犹太人的公司。

没想到麻烦来了。藤田田先生打算8月1日由横滨出港，9月1日肯定可以在芝加哥交货。可是因为厂商违约，致使他不能按期交货。藤田田先生气得对厂商大发脾气，因为他是和犹太人做生意，犹太人对时间的要求之严格是举世皆知的。

然而厂商一直拖到8月27日才交货，此时轮船插上翅膀也难飞到芝加哥了。为能按期交货，只有让餐刀和叉子坐飞机了。而坐这趟飞机的价格是6万美元，这个代价简直是高得不能再高了。但是藤田田别无他法，只得租用昂贵的飞机，因为犹太商人从来不听人辩解。

藤田田按照合约的严格要求，9月1日到芝加哥如期交货。犹太人只说了一句：“按期交货，OK！听说你租用飞机空运了，真了不起！”而对飞机租金不闻不问。其实，光是犹太人那句赞扬的话就已经很值钱了。

第二年，美国石油总公司又向藤田田先生订购了6万把刀叉。

没想到，货又不能按期完成。因为刀叉不是流水生产而是作坊似的小厂生产，需要多个生产厂家合作，才能够生产出这6万把刀叉来。在这期间，虽然厂家日



夜加班，但还是没能赶上交货期装船。

于是藤田田先生只得再次租用飞机，按期赶到芝加哥交货。犹太人没有说一句感激的话，仍是一句“OK”。

两次租用飞机，使得藤田田先生蒙受了巨大的损失，但损失的金钱却买得了犹太人的高度信任。犹太人在全球的商业网络极为广泛，不久，所有的犹太人都知道日本有个藤田田先生是个信守诺言的人。

因为这两件事，藤田田先生获得了“银座的犹太人”的雅号，当然这个雅号也带给藤田田先生无穷的价值。因为从某种程度上来说，信誉才是生意真正的开始。



藤田田先生之所以获得“银座的犹太人”的雅号，是因为他的生意经学到了家，而且运用得心应手。“银座的犹太人”在世界性贸易中，无疑是一本烫金的通行证，是信誉的象征。藤田田先生之所以获得这个雅号，是他付出了血本代价换得犹太人信任的结果。

有一项不合格



在以色列，曾经有一家经营光缆的公司，一直都是全国小有名气的光缆生产厂家。因一次工作的疏忽，在1997年全国邮电行业统检的产品质量公告中，发现在光缆全部39项考核中有38项合格，只有内外护套之间渗水试验一项未能通过，被确定为不合格。面对这样的检测结果，一般老板可能不会太关注，可是这个犹太老板却把这次事件当成企业生死存亡的大事来抓，向所有用户致信通报实际情况，承认他们生产的光缆有不足之处，并下大工夫找出问题出现的原因，着手解决它，用事实说话。同年4月28日，改善过的光缆经权威机构检测，全部合格。这位以色列商人用磊落与诚实赢得了用户的信任。他在总结大会上说：“在哪里



跌倒，在哪里爬起。如果没有这次的教训，也许本公司就不会发展到现在的局面，我们要质量和服务双管齐下。”这只是某些商人在经商中注意诚信的一个小环节，但这也足以反映出他们对诚信经营的肯定态度。



真正精于经商的人认为诚信经商是商人最大的善，所以这些人在生意场上最为看重诚信。对于不诚信的人，他们是无法原谅的。在这类人的内部，他们之间极为重视诚信，极为重视契约，一旦签订了就必须遵守，绝对不可以有任何理由不履行契约。

一言不取合辞

第 12 辑

慧眼识金： 在细节中破译财富密码

财富中的细节就像人体的细胞一样举足轻重，谁能把握住细节，谁就能悄悄成功，于无声处听惊雷。从细节中往往能找到成功创富的突破口。抓住瞬间消逝的细节也许就是你区别于众人的唯一可能。



从废纸篓里拾起商机



自新任老板长川上任以后，常磐百货公司营业额每年翻一番，其经营物品几乎包揽了全县所有人的日常生活用品和食品。

长川成功的秘诀是什么呢？

原来他刚刚到常磐百货公司上任时，公司只是一个很普通的生活用品商场，和他们公司同样大小的百货公司县城还有五家。怎样才能竞争中尽快地出效益呢？

如今人们买东西常集中采购，为防止丢三落四，先写一个购物清单。有一次，长川看见一位女顾客买完一件东西要走时，把一个纸条扔到商场门口的纸篓里，他马上跑过去捡起来，发现上面写了顾客需要的另两种东西，他们商场里也有，只是质量不如顾客点名要的品牌好。他根据这一信息，更换了该商品的品种，果然有很好的效果。于是长川经理开始每天把废纸篓里的纸条全部捡回去，仔细研究顾客的需要。很快，他就知道了顾客对哪几类商品感兴趣，尤其青睐哪几种牌子，对某类商品的需要集中在什么季节，顾客在挑选商品时是如何进行合理搭配的，等等。在长川经理的带动下，常磐百货公司总是以最快的反应速度适应顾客，并且合理地引领顾客超前消费，一下子把顾客全部拉进了他们的店里。



巨大的财富往往就潜藏在一个微不足道的细节中。即使废纸篓里的一些废纸条，有时也会预示着某些创意。善于发现细节，在创造性思维的指导下化平凡为神奇，你就能掌握更多的机会，多角度、多渠道地解决好问题。



从细处开始精明



哈同是旧中国闻名上海滩的“大班”，控制着大上海一半以上的房地产，财富难以计数。但是，这个闻名一时、富甲一方的犹太大亨，刚到中国时却一文不名。

当时，年仅24岁的犹太人哈同尾随嘴叼雪茄的洋商与身带枪炮的洋鬼子，流浪到了旧中国的大上海。当时，他一贫如洗，靠他父亲在上海的老朋友介绍，才勉强到沙逊洋行混了个看门的差事，住在又脏又臭的勤杂工宿舍。

看门本是一个不能发财的下等差事，可哈同一干上就不一样了。虽说只干了几天，可他对洋行上下却了如指掌，特别是他还熟知，那些来洋行办事的，大多是来谈烟土等黑货生意的，于是他脑袋一晃，就想出了一个发财的鬼点子。

这之前，前来办事的只需和门卫打个招呼就被放进去，这回哈同的工作方法改变了。他在门口放了一本登记簿，来客一律要先登记，然后坐在门口的长凳上等候，按顺序进门。这下可把那些烟土商急坏了，因为他们急于将黑货出手。有些机灵的商人，猜透了哈同的用意，便拿出1元钱，轻轻塞入哈同手中，恳求道：“我有急事，能不能通融一下？”哈同马上到里面跑一趟，出来说：“请进吧。”

当排在前面的人提出质问时，他就会用刚学的中国话说：“他的生意比你们的紧急。”

久而久之，其他的商人也看出窍门来了，于是也在登记时塞给他1元钱。有个别的生意较大，需“货”较急的，还多加2元钱，要求“插号”。

这一看门方式的改变，不仅使哈同一天能多收入二三十元的外快，而且还给营业部管事留下一个聪明能干的好印象。因为，以前这位管事的办公室里，从早到晚总是挤满了客户，他们争先恐后地谈生意，吵得管事头晕目眩。忽然从某一天起，客商们秩序井然地有进有出，而且几乎所有大买卖都排在前头。管事起初颇感纳闷，特意抽空去门口侦察了一番，才知“原来如此”，不觉对哈同另眼相看：“这个犹太青年聪明能干，让他做看门人，岂不是大材小用！”



不久，营业部管事就找哈同谈话，表扬他工作认真、聪明能干，并问哈同对洋行业务有何高见。哈同怎肯放过这个在上司面前表现的机会，忙说：“我看，用抵押的办法可以扩大营业额。”这话一下就说到了管事的心坎上。用抵押、用期票，不仅可以增大营业额，而且大有发挥的余地。

就这样，哈同很快就得到了上司的赏识，并像坐直升机般被提拔为业务管事、领班及行务员，直到最后成为旧上海首屈一指的富豪。



想到一个关键的“鬼点子”，就是打开一扇通往财富的窗户，把握一个蕴藏在商机中的细节，就赢得了向前发展的资本。在创造性思维的快车道上，细节总是备受创新者瞩目。练就一双慧眼，不放过任何“猎物”，你就能在风起云涌的竞争中留下搏击的痕迹。

信息就在垃圾中



美国雪佛隆公司是家专门生产饮料的企业。在产品打入亚利桑那州土珊市之前，该公司先委托亚利桑那大学人类学教授威廉·雷兹对该市的饮料市场进行研究。

一年之后，威廉·雷兹教授指着一大堆垃圾，按照垃圾原产品的分类、名称、重量、数量、包装，对雪佛隆公司的老板说：“垃圾袋绝不会说谎和弄虚作假，什么样的人丢什么样的垃圾，查看人们所丢弃的垃圾，是一种最有效的营销研究方法。”他通过对土珊市的垃圾进行研究，获得了有关当地食品消费情况的信息，为雪佛隆公司做了这样的分析：

1. 劳动者阶层所喝的进口啤酒比收入高的阶层多。
2. 中等阶层人士比其他阶层消费的食物更多，因为夫妻双方都要上班，而且太忙了，以至没有时间处理剩余的食物。依照垃圾的分类重量计算，所消费的食品



物中，有15%是还可以吃的。

3. 通过对垃圾内容的分析，了解到人们消费各种食物的情况，得知减肥清凉饮料与压榨的橘子汁属高收入人士的消费品。

雷佛隆公司老板把这份报告当做教科书，并且依据威廉·雷兹教授的调查结果制定饮料的产销战略。最后的结果是威廉·雷兹教授成为雪佛隆公司的英雄，雪佛隆公司成了利润的英雄。



市场调查是市场营销中重要的一环。了解市场的真实信息，这是在做市场调查时必须解决的问题。

只有掌握了消费者的需求，才能了解市场，控制市场。而垃圾恰恰是最能反映消费者需求的东西。

顾客的抱怨就是商机



有一次，张涛和朋友到一家酒店吃饭，他们点了几道平时自己喜欢也适合自己口味的菜。酒酣耳热之际，张涛的朋友突然向老板发牢骚：“我们吃你的饭菜就应该有知情权。酒店的菜除了标明价格外，能否附上菜肴中的原料、热量和各种营养成分？”老板听了顾客的牢骚后感到很吃惊，他说：“平时没有人提这样的要求，而且吃得很合胃口，乘兴而来，满意而去，都说我店里的饭菜有特色。是不是今天我们的菜烧得不好？如果不好我们以后改正，希望你们多多谅解。”张涛的朋友的牢骚被老板诚恳的话语打消了。

正当他们边吃边聊时，为了表示自己的诚恳，老板走过来向这二人敬酒。刚才发牢骚的朋友说：“不是我今天给你找麻烦，经常吃自己点的菜有时候也不一定吃得科学和有营养。我建议你今后给客人上菜时附上每道菜的营养成分，并根据年龄特征确定哪些菜适宜哪些人食用，哪些菜不适宜哪些人食用等信息。这样一来，客人有了知情权，从自己健康和营养的角度出发合理点菜，既不浪费又吃



得开心，一举多得。我想这样会吸引更多回头客。这既是一种对客人的尊重，又能给自己带来商机。”

老板深受启发，他说：“今天你让我很受启发，今后我会按你所提的要求努力去尝试，欢迎你们以后常来。”

过了一段时间，当张涛再次进入那个酒店时发现，酒店门庭若市，前来就餐的客人络绎不绝。而他在点菜时竟真的发现在菜单的附页上有每道菜的营养成分及相关信息。



财富藏于细节，就连顾客的抱怨，都蕴藏着巨大的商机，所以平时要留意一切可以改良产品或服务的小细节。

一条短讯带来的启示



菲力普·亚默尔是美国亚默尔肉食加工公司的老板。1975年初春的一天，他坐在自己的办公室里翻阅报纸，了解当天的新闻。

突然，一则几十个字的短讯，使他兴奋得差点儿跳起来：墨西哥发现了类似瘟疫的病例。他马上想到，如果墨西哥真的发生瘟疫，一定会从加利福尼亚州或得克萨斯州边境传染到美国。而这两个州又是美国肉食供应的主要基地，肉类供应肯定会变得紧张，肉价一定会猛涨。

于是，亚默尔立即派家庭医生亨利赶到墨西哥探听情况。几天后，亨利发回电报，证实那里确有瘟疫，而且很厉害。亚默尔接到电报后，立即筹集全部资金，购买加利福尼亚州和得克萨斯州的牛肉和生猪，并及时运到美国东部，储存起来备售。

不出所料，瘟疫很快蔓延到美国西部的几个州。美国政府下令：严禁一切食品从这几个州运进，当然也包括牲畜在内。于是，美国国内肉类奇缺，价格暴涨。亚默尔趁机将先前购进的牛肉和猪肉抛出，在短短几个月里，净赚了900万美元。



在聪慧、悟性和实战经验相近的情况下，细节就表现出专业精神来，故而是说，细节是一种精神。细节作为一种精神，对企业来说决定成败，对个人来说，同样决定成败。性格和习惯中的粗糙是人生的大忌，更是妨害成功的重要因素。

从小草上嗅出财富的味道



高女士几年前从一家濒临倒闭的棉纺厂下岗。2001年，高女士从所订的农技报刊上获悉：香草作为天然香料极为受宠，已俏销国外市场。人们常用香草来香化居室、衣料、身体，还用它来充填睡枕，缝制香荷包、香囊等。因其枝叶常年溢香，枯而犹存，被人称为四季飘香的“天然香水瓶”。在这篇报道中还提到，随着香味植物的进一步开发和人们保健意识的增强，这个市场商机无限。

高女士知道这是一个很好的机遇，于是很快从外地购进一些中华香草、法国香草、七里香、香兰等品种在自家的示范园里试种，通过精心管理，果真换来丰厚的回报。33平方米的香草园，香草和种子共收入3600元，这样一算，种香草亩产可收入7万多元。

尝到甜头后，高女士扩大了种植面积，光香草苗就育了半亩地。她细心呵护和培育，除种大田外，还剩余约5000株香草苗。高女士记起一本农技书刊上的文章介绍，一个草莓种植户把草莓苗移栽到花盆里拿去卖，结果赚了5000多元，比卖草莓赚得省心。高女士心里有了底。于是她从市场以每个8毛钱买来200个塑料花盆，将15厘米高的香草苗移栽到盆中，活苗之后，运到县城花卉市场去卖。扑鼻的香气很快就吸引了许多顾客，价格不贵，一时间很多人争相购买，200盆香草不到2小时就卖完了，净赚现金1000元。

接下来，高女士又批发了大量花盆，把所有的香草苗全部移栽到花盆中，再陆续运往花卉市场。也许是试销带来的效应，不仅购买者众多，而且还吸引了一批专业的花卉商贩批量采购。仅10天时间，5000盆香草便被一抢而空，让她足足赚了2万余元。



很多人可能都会忽略一些赚钱的小细节，然而大自然中不起眼的小草在高女士手里变成了宝。可见，一个成功的商人应该是一个习惯或善于抓住细节的人。

东方饭店的细致经营



泰国的东方饭店堪称亚洲之最，不提前一个月预订是很难有人住机会的，而且客人大都来自西方发达国家。东方饭店的经营如此成功，他们有什么特别的优势吗？他们有新鲜独到的招数吗？回答是——没有。那么，他们究竟靠什么获得骄人的业绩呢？要找到答案，不妨先来看看王先生入住东方饭店的经历。

王先生因生意需要经常去泰国，第一次下榻东方饭店就感觉很不错，第二次再入住时，他对饭店的好感迅速升级。

那天早上，他走出房间去餐厅时，楼层服务生恭敬地问道：“王先生是要用早餐吗？”他很是奇怪，反问：“你怎么知道我姓王？”服务生说：“我们饭店规定，晚上要背熟所有客人的姓名。”这令王先生大吃一惊，因为他住过世界各地无数高级酒店，但这种情况还是第一次碰到。王先生走进餐厅，服务小姐微笑着问：“王先生还是要老位子吗？”王先生更是惊讶了，心想尽管不是第一次在这里吃饭，但最近一次也有一年多了，难道这里的服务小姐记忆力这么好？看到他惊讶的样子，服务小姐主动解释说：“我刚刚查过电脑记录，您在去年的6月8日在靠近第二个窗口的位子上用过早餐。”王先生听后兴奋地说：“老位子！老位子！”小姐接着问：“老菜单，一个三明治、一杯咖啡、一个鸡蛋？”王先生已不再惊讶了：“老菜单，就要老菜单！”

王先生就餐时指着餐厅赠送的一碟小菜问道：“这是什么？”服务生后退两步说：“这是我们特有的小菜。”服务生后退两步是怕自己说话时口水不小心落在客人的食物上，这种细致的服务不要说在一般的酒店，就是在美国最好的饭店里王



先生都没有见过。

后来，王先生有两年没有再到泰国去。在他生日这天，突然收到一封东方饭店发来的贺卡，并附了一封信，信上说东方饭店的全体员工十分想念他，希望能再次见到他。王先生当时激动得热泪盈眶，发誓再到泰国去，一定要住东方饭店，并且说服所有的朋友像他一样选择东方饭店。

东方饭店在经营上的确没什么新招、高招、怪招，他们采取的仍然是惯用的传统办法——提供人性化的优质服务。只不过，在别人仅达到规定的服务水准就停滞不前时，他们却进一步挖掘，抓住大量别人未在意的不起眼的细节，坚持不懈地把人性化服务延伸到方方面面，落实到点点滴滴，不遗余力地推向极致。由此，他们靠比别人更胜一筹的服务，赢得了顾客的心，饭店天天客满也就不奇怪了。



东方饭店的做法令人深思。细节时代已经到来，那些质量粗糙的产品和服务只会被时代的巨轮碾碎。做什么事情如果只会做“规定动作”，只满足于和别人做得一样好，没有竭尽全力超越别人、争创一流做到极致的意念和行动，就难以从如林的强手中胜出，难以在激烈的角逐中夺魁！

从扫垃圾开始的设计



无论到哪里，一位把工作做得完美无缺的人，总是受人欢迎的。所以你应该努力把任何事处理得至善至美。对于任何事，你都要倾注全部精力去做。

维斯康公司是美国 20 世纪 80 年代最为著名的机械制造公司。杰克和许多人一样，在该公司每年一次的用人招聘会上被拒绝了。但是他并不灰心，发誓一定要进入这家公司工作。

于是，他假装自己一无所长，找到公司人事部，提出为该公司无偿提供劳



动力,请求公司分派给他任何工作,他将不计任何报酬来完成。公司起初觉得简直不可思议,但考虑到不用任何花费,也用不着操心,于是便分派他去打扫车间的废铁屑。

在整整一年时间里,杰克勤勤恳恳地重复着这项既简单又劳累的工作。为了糊口,下班后他还得去酒吧打工。尽管他得到了老板及工人的一致好评,但仍然没有一个人提到录用他的问题。

1990年初,公司的许多订单纷纷被退回,理由均是产品质量问题,为此公司将蒙受巨大的损失。公司董事会为了挽救颓势,紧急召开会议,寻找解决方案。当会议进行了一大半还不见眉目时,杰克闯入会议室,提出要见总经理。在会上,他就该问题出现的原因作了令人信服的解释,并且就工程技术上的问题提出了自己的看法,随后拿出了自己的产品改造设计图。

这个设计非常先进,既恰到好处地保留了原来的优点,又克服了已经出现的弊病。

总经理及董事觉得这个编外清洁工很是精明在行,便询问他的背景及现状。于是,杰克当着高层决策者的面,将自己的意图和盘托出。之后经董事会举手表决,杰克当即被聘为公司负责生产技术问题的副总经理。

原来,杰克利用清扫工到处走动的特点,细心察看了整个公司各部门的生产情况,并一一详细记录,发现了所存在的技术问题并想出了解决的办法。他花了一年时间搞设计,做了大量的统计数据,终于完成了科学实用的产品改造设计图。



无论是伟人还是普通人,他们大部分时间都是在做一些很平凡、很简单的小事情。然而有很多人,他们不屑于做具体的事,不屑认真对待小事和细节,总是盲目地相信“天将降大任于斯人也”,殊不知,能把自己所在岗位上的每一件事做成功、做到位就很不简单了。



细节造就的伟大



乔·吉拉德被誉为世界上最伟大的推销员，他每年所卖出去的汽车比其他任何经销商都多，甚至他的销售量比排在第二位的要多出两倍以上，在汽车销售商中，实属鹤立鸡群。当有人问及乔·吉拉德成功的秘诀时，他坦言相告：“我每个月要寄出1.3万张卡片。有一件事许多公司没能做到，而我却做到了，我给每一位客户建立了销售档案，我相信销售真正始于售后，并非在货物尚未出售之前……顾客没有踏出店门之前，我的儿子就已经帮我写好‘谢谢惠顾’的短札了。”

乔·吉拉德每个月都会给客户寄一封不同格式、颜色信封的信（这样才不会像一封“垃圾信件”，不会在还没有被拆开之前，就给扔进垃圾桶了），顾客打开信一看，信的开头就写着：“我喜欢你！”接着写道：“祝您新年快乐，乔·吉拉德敬贺。”2月他会寄一张“美国国父诞辰纪念快乐”的卡片给顾客……顾客都很喜欢这些卡片。乔·吉拉德自豪地说：“我给所有的顾客都建立了档案，我会根据他们的兴趣爱好的不同，分别给他们寄不同的卡片。而且，给同一客户寄的卡片中，绝不会有雷同的卡片。”乔·吉拉德通过这些细致的工作，赢得了良好的口碑和很多回头客，而且很多顾客还介绍自己的朋友来乔·吉拉德这儿买车。



即使是一件很不起眼的小事情，也可能导致你无法预见、无法控制的后果。事实上，很多重大的事都取决于你对小事的态度。也许就是一件小事帮你敲开了机会的大门。面对眼花缭乱的世界和纷繁复杂的人际关系，你可能一时无法弄清此间种种的因缘际会，但是如果你忽略这些不起眼的小事，或者把这些小事办砸，就都有可能让你在致富的道路上滞留很久。



俞敏洪的第一桶金



新东方的校长俞敏洪是一位超级富翁，他并不是一开始就是一个企业家。俞敏洪 1984 年毕业于北京大学英语系，毕业后留校任教。当时的薪水每个月仅有 120 元。他说，他当时唯一的能力就是教英语。1991 年底，他开始在一些英语培训学校兼课，拼命教书赚钱。一天教 6 个小时可赚 60 元，两天就相当于刚开始在北大教课时一个月的工资。次年他就辞掉了北大的教职，专职为别人补习英语。“当时目标简单，就想教书赚钱，然后出国读书。”他说。

但教着教着，他发现了一个悄悄发展起来的现象，那就是准备出国的人越来越多，他们都有补习英语的需求。1993 年 10 月，俞敏洪创办了新东方。但是，那时的学校员工只有 4 个人，而学生也只有 20 多个人。然而新东方很快就发展起来了，它收费很低，且处于高校的聚集地北京市海淀区，周围有北大、清华、人大、北师大等数十所高校，地理位置得天独厚，再加上他有声有色、充满激情的讲课，吸引了很多学生的到来。1994 和 1995 年，新东方发展特别快，开始在拥有留学梦的群体中树立了权威。1995 年，从全国各地走进“新东方”的学员达到了 1 万多人，俞敏洪编写的《GRE 词汇精选》被大学生们称为出国留学考试的红宝书，几乎人手一册，俞敏洪获得了他从未有过的成功。随着新东方的迅速发展，俞敏洪开始聘请大量教师和高级管理人员。在新东方，一名普通教师的年薪也能达到 10 万元以上。2000 年，新东方仅教学收入就达 9 000 万元。



俞敏洪的第一桶金可谓来之不易，但正是这第一桶金奠定了他事业的基础。现在，“新东方”已经成为一个响当当的品牌。然而，他当时要是没有注意到准备出国的人越来越多，他们都有补习英语的需求这个细节，是不可能今天的成就的。



针孔的小改造



早期人们用手工制衣的时候，缝衣针的针孔是圆形的，上了年纪的老人用这样的缝衣针非常的不方便，引线的时候由于视力的下降常常很难一下子就将线穿过针孔。

为此，一个技师非常想找出一个更好的方法来解决这个问题，他把针线拿过来反复地琢磨，试验了很多方法，最后他觉得把缝衣针的圆形针孔改成长条形，更容易把线穿过去。

因为针眼是一长条孔，你眼力再不济，拿线头往针眼上下一扫，总能对上。从圆孔到长条形针孔，就这么一点小改动，穿针难的问题就解决了。

他立即向工厂的领导提出了改进缝衣针的想法，领导对这个问题十分重视。欣然同意他的改进意见后，很快这一全新的缝衣针推出了，得到了广泛的赞誉，更重要的是得到了更多的市场。这种缝衣针还彻底代替了以前的圆孔缝衣针，大大提高了手工制衣人的制衣效率。



综观世界上伟大的成功者，他们之所以能拥有杰出的成就，是因为他们始终把细节的东西贯穿于整个奋斗过程中。瓦特只是注意到了蒸汽把烧水的壶盖儿掀起的那一细节就给了他无限的灵感，牛顿只是注意了苹果落地的细节，就引发了万有引力的设想。可见，细节虽小，影响却是巨大的。



日本绳索大王



日本的岛村产业公司及丸芳物产公司董事长岛村芳雄，在创业之初身无分文。有一天，他在马路上漫无目的地闲逛时，注意到街上许多行人都提着一个纸袋，这纸袋是买东西时商店给他们装东西用的。岛村灵机一动：“将来纸袋一定会风行一时，做纸袋绳索生意是错不了的。”然而身无分文的他，虽然有雄心壮志，但是却有无从下手的感慨。最后他决心硬着头皮去各银行试一试。一到银行，他就把纸袋的前景、纸袋绳索的制作技巧，以及他的经营方法、对该事业的展望等说得口干舌燥，但每一家银行都不理睬他。然而他并不灰心，每天都前去走动拜访。

功夫不负有心人，经过整整3个月的努力，到了第69次时，三井银行终于被他那百折不挠的精神所感动，答应贷给他100万日元，当朋友、熟人知道他获得银行贷款时，也纷纷帮忙，有的出资10万日元，有的出资20万日元，很快他就筹集了200万日元。有了资金，创业两年后，他就成为名满天下的人。几年时间，他从一个穷光蛋摇身一变成为日本绳索大王。



小小的绳索可以看出一个人的做事态度。不要羡慕别人，每一个人都是最佳的主角。培养自己细心做事的态度，注意细节处，每个人都会有成就一番大事的机会。

第 13 辑

财富险中求： 冒险是有钱人的天性

世上任何领域的一流好手，都是靠着勇敢面对他们所畏惧的事物、冒险犯难，才能创下巨富。利用投资致富的，也都是以冒险精神作为后盾的，缺乏冒险精神，梦想将永远只是梦想。



格蒂的第一口油井



J·保罗·格蒂是石油界的亿万富翁，且是一位最走运的人，在早期他走的是一条曲折的路。他上学的时候认为自己应该当一位作家，后来又决定要从事外交工作。可是，出了校门之后，他发现自己被俄克拉何马州迅猛发展的石油业吸引，那时他的父亲也是在这方面发财致富的。搞石油业偏离了他的主攻方向，但是他觉得，他应该把自己的外交生涯延缓一年。他想试试自己的运气。

格蒂通过在其他打井人的钻塔周围工作筹集了钱，有时也偶尔从父亲那里借些钱。年轻的格蒂是有勇气的，他头几次冒险都彻底失败了，但是在1916年，他碰上了第一口高产油井，这个油井为他打下了幸运的基础——那时他才23岁。

是走运吗？当然。然而格蒂的走运是应得的，他做的每一件事都没有错。那么格蒂是怎么知道这口井会产油呢？他确实不知道，尽管他已经搜集了他所能得到的所有资料。“总是存在一种机会的成分的，”他说，“你必须乐意接受这种成分；如果你一定要求有肯定的答案，那你就会捆住自己的手脚。”



只有善于抓住机会并适度冒险的人，才会获得事业上的成功。有些人很聪明，对不测因素和风险看得太清楚了，不敢冒一点险，结果聪明反被聪明误，永远不能再上一个高度。实际上，如果能从风险的转化和准备上进行谋划，则风险并不可怕。



风险带来高效益



有一次，但维尔地区经济萧条，不少工厂和商店纷纷倒闭，被迫贱价抛售自己堆积如山的存货，价钱低到1美元可以买到100双袜子。

那时，约翰·甘布士还是一家纺织厂的小技师。他马上把自己积蓄的钱用于收购低价货物，人们见到他这股傻劲，都公然嘲笑他是个蠢材。

约翰·甘布士对别人的嘲笑漠然置之，依旧收购各工厂和商店抛售的货物，并租了很大的货仓来存货。

他妻子劝他说，不要把这些别人廉价抛售的东西购入，因为他们历年积蓄下来的钱数量有限，而且是准备用做子女教养费的。如果此举血本无归，那么后果不堪设想。

对于妻子忧心忡忡的劝告，甘布士笑过后又安慰她道：“3个月以后，我们就可以靠这些廉价货物发大财了。”

甘布士的话似乎兑现不了。

过了10多天，那些工厂即使贱价抛售也找不到买主了，便把所有存货用车运走烧掉，以此稳定市场上的物价。

他太太看到别人已经在焚烧货物，不由得焦急万分，抱怨起甘布士。对于妻子的抱怨，甘布士一言不发。

终于，美国政府采取了紧急行动，稳定了但维尔地区的物价，并且大力支持那里的厂商复业。

这时，但维尔地区因焚烧的货物过多，存货欠缺，物价一天天飞涨。约翰·甘布士马上把自己库存的大量货物抛售出去，一来赚了一大笔钱；二来使市场物价得以稳定，不致暴涨不断。

在他决定抛售货物时，他妻子又劝告他暂时不忙把货物出售，因为物价还在一天一天飞涨。

他平静地说：“是抛售的时候了，再拖延一段时间，就会追悔莫及。”



果然，甘布士的存货刚刚售完，物价便跌了下来。他的妻子对他的远见钦佩不已。

后来，甘布士用这笔赚来的钱开设了5家百货商店，业务范围也十分广泛，终于成为全美举足轻重的商业巨子。



冒险与收获常常是结伴而行的。险中有夷，危中有利。
要想有卓越的成果，就要敢于冒风险。

迎着战火向“钱”进



有一对温州好友在巴基斯坦经商已有几年，在阿富汗战火稍停之时，两人就从伊斯兰堡前往阿富汗，想在那里寻找商机。

当时阿富汗很混乱，经常有人趁乱打劫。他们两人通过关系，以每天每人相当于150元人民币的报酬，聘请了4个巴基斯坦荷枪实弹的民兵，一路护送。

到达喀布尔后，塔利班的商业部长、水电部长等6个部的部长，先后与这两位温商洽谈生意。在与他们的数次接触中，两人均看到6个部的办公室中电话还是最老式的“摇把子”。几个部长对他们明言，塔利班非常需要他们提供的乐清低压电器，只是经济拮据没有外汇积蓄，最好是通过以货易货的方式与他们做生意。两个温商一听，觉得这也是天大的商机，回想当初不少温商就是从购销买卖中发起来的，于是他们把价格报了出来，结果部长们连连称赞中国的低压电器价格便宜，当场提出的订货单就价值数百万美元。

但是，在阿富汗赚钱没那么容易。一次，因这两个温州商人对准路人拍照而被塔利班士兵当场抓了起来，并扬言要严办他俩。按照塔利班的规定，在阿富汗是不允许对人拍照的，否则将受到严惩。



好在塔利班的水电部长闻讯后马上出面，三四个小时后这两个温商才获释，虽然虚惊一场，但足够让人胆战心惊了。敢于冒险的温商在战火纷飞的地方都能做生意，那么还有他们赚不到的钱吗？



廉·丹佛说：“冒险意味着充分地生活。一旦你明白它将带给你多么大的幸福和快乐，你就会愿意开始这次旅行。”也许温商就是从冒险中体味到生命的乐趣所在，所以他们总是义无反顾地“开始这次旅行”。

毅然决然当老板



芭芭拉是一个能干的“打工囡”，在一家人事顾问公司当行政部经理，年薪高达5万美元，属于标准的“白领阶层”。从薪金收入来说，应当算是很不错的了。但是，芭芭拉的工作太辛苦忙碌了，根本没什么时间来陪伴她“就读”于幼儿园的小女儿。作为一个母亲，她常感内心不安。5年前，她的心肝宝贝生日那一天，她于百忙中抽空到百货公司选购了一只玩具熊，把它寄到幼儿园，希望给女儿一个惊喜。

芭芭拉说：“出乎意料，其他家长、教师及同学看到从天而降的玩具熊时，大家都感到很兴奋。我灵机一动，相信这是一个发财的好机会。”

此时的芭芭拉，突然面临着一个选择：是继续待在原来那待遇优厚的职位上，过着比一般人舒适富足的平静生活，还是辞去职位，迎接新的未知前途的挑战？尽管她碰上了机遇，并获得创意，但这毕竟不等于成功，也有风险。

芭芭拉没有犹豫，她勇敢地选择了后者，自己当起了老板。

既然人们对突然而至的玩具熊感到那么兴奋，她便采用邮购的方式将玩具熊寄到客户家中，首创了美国第一家玩具熊速递服务公司。结果在一年内，她



的公司便做了 500 万美元的生意，自己也成为商场上人们津津乐道的女强人。



在现实生活中，很多人成天都在做着“老板梦”，但又舍不得或没有勇气放下自己现有的收益稳定的工作，毕竟自己干是有风险的。然而依靠老板给的工资生活，永远也无法当上人人羡慕的富翁。如果你有了当老板的愿望，那就下定决心打破原有的平衡，跳到“游戏”的圈子之外来另谋发展吧！

富翁天生爱冒险



生活在传统的商人家族，经受着特殊的家庭氛围与商业熏陶，摩根年轻时便敢想敢做，颇富商业冒险和投机精神。1857 年，摩根从哥廷根大学毕业，进入邓肯商行工作。有一次，他去古巴哈瓦那为商行采购鱼虾等海鲜归来，途经新奥尔良码头时，他下船在码头一带散步，突然一位陌生白人从后面拍了拍他的肩膀：“先生，想买咖啡吗？我可以出半价。”

“半价？什么咖啡？”摩根疑惑地盯住陌生人。

陌生人马上自我介绍说：“我是一艘巴西货船船长，为一位美国商人运来一船咖啡，可是货到了，那位美国人却已破产了。这船咖啡只好在此等待别的买主人……先生，您如果买下，等于帮我一个大忙，我情愿半价出售，但有一个条件，必须现金交易。先生，我是看您像个生意人，才找您谈的。”

摩根跟随巴西船长一起看了看咖啡，成色还不错。一想到价钱如此便宜，摩根便毫不犹豫地决定以邓肯商行的名义买下这船咖啡。然后，他兴致勃勃地发出电报给邓肯，可是邓肯的回电是：“不准擅用公司名义！立即撤销交易！”

摩根心有不甘，无奈之下，只好求助于在伦敦的父亲。父亲回电同意他用自己伦敦公司的户头偿还挪用邓肯商行的欠款。摩根大为振奋，索性放手一搏，他



又买了其他船上的咖啡。

摩根初出茅庐，做下如此一桩大买卖，实在是冒险。但上帝偏偏对他情有独钟，就在他买下这批咖啡不久，巴西便出现了严寒天气，使咖啡大为减产。就这样，咖啡价格暴涨，摩根便顺风顺水地大赚了一笔。



冒险意识是指一个人敢于大胆地去做没有充分把握的事情的精神。对于成功者而言，如春风带来海啸一般，机遇常与风险并肩同来。一些人看见风险便退避三舍，再好的机遇在他的眼中都失去了魅力。这种人往往在机会来临之时踌躇不前，瞻前顾后，最终什么事也做不成。我们虽然不赞成赌徒式的冒险，但任何机会都有一定的风险性，如果因为怕风险就连机会也不要了，无异于因噎废食。

热爱世界的冒险家



“热爱世界的冒险家”，这是世界著名服装设计师皮尔·卡丹最欣赏的自称。正是由于皮尔·卡丹对原先的传统服装经营方式进行了开拓性的改革，时装才得以普及到最广大的消费者。而皮尔·卡丹对马克西姆餐厅的经营策略更是体现了这位现代企业家和服装设计大师在关键时刻的决策能力和才干。马克西姆餐厅创办于1893年，是法国较高档的著名餐厅。但是，发展到20世纪70年代，经营却越来越不景气，到1977年，已濒临倒闭的边缘。

当时的皮尔·卡丹已是著名的时装大王，但他却把目光转向了马克西姆餐厅。买下这个餐厅——这就是皮尔·卡丹的决定，朋友都以为皮尔·卡丹在开玩笑，纷纷劝阻他：“这个餐厅本来就不景气，而且要买下来耗资巨大，等于自己给自己拖一个包袱。”还有人对他说道：“不要让自己走向破产，头脑要冷静一点。”但是，皮尔·卡丹却有自己独到的见解：马克西姆餐厅虽然目前不景气，但历



史悠久，牌子老，有优势。它经营状况不佳的主要原因在于档次太高，而且单一，市场也局限在国内，只要从这几方面加以改进，肯定可以收到成效。而且，趁其不景气的时候收买，才能以低价买进。成功的机会很多，但能抓住机会的人不多，正因如此，成功的人不多。要想与众不同，关键时刻必须有自己的见解，要敢于冒险！皮尔·卡丹说：“我是一个履行诺言的实干家，我喜欢说到做到，使自己的想法变成现实。”

1981年，皮尔·卡丹终于以巨款买下了马克西姆这一巨大产业。经营伊始，他立即着手改革。首先，增设档次，在单一的高档菜的基础上再增加中档和一般的菜点；其次，扩大经营范围，除菜点外，兼营鲜花、水果和高档调味品；另外，皮尔·卡丹还在世界各地设立马克西姆餐厅分店，取得了良好的经济效益。



有人认为，成功的主要因素便是冒险，做人必须学会正视冒险的正面意义，并把它视为致富的重要心理条件。不过要强调的一点就是，冒险不等于莽撞，要学习皮尔·卡丹冒险前的商业眼光，看准了再下手。

钢铁之王谭仲英



统计数字表明，1947年，美国最大的钢铁公司——美国钢铁公司，在全美大型企业中排名第二位，到了1961年则下降至第五位，而且呈继续下滑之势，小型钢铁企业更是接二连三地倒闭、破产。在这样严峻的形势下，谭仲英敢于顶着风浪逆流而上，在人们惊诧的目光中，建立起自己的钢铁公司。

经过之前10年的推销生涯，凭着10年练就的真功，他开始了独立创业的尝试。然而，公司选在美国钢铁工业全疲软的时候上马，不能不让人佩服他的“艺高人胆大”。而谭仲英却不以为然，他认为商场如战场，完全不冒险的生意是不存在的。经过一番精心策划，他的公司不仅在风险中振兴起来，而且奇迹般地迅速发展壮大了。



20世纪70年代，美国钢铁行业继续走向低谷，破产企业相继增加，谭仲英接二连三地买下一家又一家的破产公司。他决定用这种特殊的方式，确立自己在竞争中的地位。谁也无法知道谭仲英如何练就的那么多起死回生的灵丹妙药，只看到对于收购到手的企业，经谭仲英整治以后，都能正常运转。对于这些重新活起来的企业，他总是分类进行处理。那些原本企业素质就很好，只是由于经营不善而破产的企业，经他整治后，立刻变成了谭氏企业集团的核心，变成他手中长久的摇钱树。而对于那些难有大发展的企业，经他整治进入正常运转后，他就在市场行情炙手时适时抛出，稳赚一笔大钱，然后再利用这笔钱做资本，收购新的破产企业。对此，有位叫威廉·马克的朋友曾经这样评价谭仲英：“他总是在葬礼时买下这家企业，而在婚礼时将其脱手卖出。”

凭着他的妙手回春之术，一个个企业在谭仲英手中起死回生，一个个企业在谭仲英手上变得身价百倍，谭氏集团在一个企业一个企业地增加，谭氏集团的财富也在滚雪球似的增大。到80年代前期，谭仲英已经拥有了多家相当规模的钢铁企业，10多亿美元的私人资产。

这一个个惊人的举措，使他从此跻身于美国最大的私营企业家之列。



世上没有万无一失的路，动态的市场总带有很大的随机性，各种组合要素往往变幻莫测，难以捉摸。要想在波涛汹涌的商海中自由遨游，就非得有冒险的勇气和头脑不可。

劳埃德的高雅艺术陈列室



纽约一个大美术商劳埃德极具冒险精神。

1938年3月，德国军队越过了奥地利边境，劳埃德赶在希特勒到达维也纳之前，带着10美元辗转到达伦敦，并于1948年创立了“马尔伯勒高雅艺术陈列室”。主要为英国许多显赫的家族出售其收藏的艺术珍品，后来经营现代派的绘画作品。



短短6年就成为现代派美术作品最大的出口代理商。他的买主中，包括教皇保罗六世。

劳埃德对美术作品兴趣不大，只关心通过作品的买卖赚大钱。所以，他采取了纯商业式交易和职业化的处理，其作品大部分都是代销的，美术馆只在生意结束后收取佣金。但美术馆除了场地以外，还提供广告、推销、邮寄、保险和运输等全套服务。所以美术家对劳埃德的服务是满意的，他们的作品在这里不仅可以卖到最高价，而且不管销售情况如何，美术馆都给予他们稳定的生活津贴，乃至各国的画家都愿意同他来往。

1963年，苏联著名画家抽象派大师罗斯科卖给马尔伯勒美术馆15幅作品，价格14.76万美元，全部画款在4年内结清。到1969年，罗斯科的作品上涨到每幅2.1万美元，这时，劳埃德又同罗斯科签订了一个协议，商定以105万美元的价格出售87幅作品，后又把价款总额提高到144.6万美元，议定出售108幅作品。同时商定，在以后的14年中，不管劳埃德或美术馆的经营状况如何，都由罗斯柴尔德银行每年向罗斯科支付10万美元，为此美术馆向该银行抵押了数量可观的财产。作为回报，美术馆取得了今后8年中罗斯科的独家代理商资格。



这种不顾艺术潮流和美术家创作状态变化的“赌注”，无疑是极具风险的，仅从劳埃德这种无所顾忌地将风险带到美术品市场的行为上，足可以看出这个美术商独具一格的眼光和魄力。

不安分的卡赫利法



卡赫利法是巴林著名商业家族卡西比的后代，他开始执掌商业权柄时，曾经显赫的家族已经分崩离析，产业也日渐衰微。他真是“受命于危难之际”。



显然，无论从资金上还是政治、社会地位上，他都难再沾家族的光了。铁的现实将他“逼上梁山”，他只能走创新之路。

当时，沙特阿拉伯的驻军需要大量外地食品，卡赫利法贷款在沙特西部的吉达港从事食品进口，这些食品从埃及购进之后转卖给军方。这一商业项目，在当时无人去做，一片肥美的处女地，被卡赫利法捷足先登了。

当卡赫利法再返回中东时，已有所积蓄，羽翼初成，他雄心勃勃，准备起飞了。

不安分守己的性格，是卡赫利法成功的重要因素。他对传统商业项目不感兴趣，总喜欢冒险开创新兴项目。

阿拉伯半岛是个蒸笼般炎热的地方，卡赫利法认为这个地方发展冷冻食品大有可为，于是，他在美孚石油公司所在地的旁边，开办了中东第一家冷冻食品店，出售冷饮和袋装食品。自然，生意是火爆的，因为它是独一无二的。

出售冷饮和速冻袋装食品，起初是美孚石油公司旁唯一的一家，渐渐地步其后尘者多了起来，消费者也迷上了这类食品。当阿拉伯冷冻食品市场初步形成时，卡赫利法已发展壮大，独占鳌头。

宋诗“诗家清景在新春，绿柳才黄半未匀，若待上林花似锦，出门俱是看花人”，以此喻商事，也是很恰当的。

当冷冻食品市场的争斗成了一锅粥时，卡赫利法急流勇退，弃旧图新，果断跳出冷冻食品市场，避免在这块战场折将损兵，耗费精力，而是养精蓄锐，开辟新战场。

经过细致的可行性调查论证，卡赫利法向美孚公司的地方工业发展部贷款，开办了一家渔业公司，进行海鲜贸易。

5年的辛苦经营，卡赫利法已成为海湾地区的头号“渔翁”。1968年，卡赫利法在渔业方面的阵容和实力已是海外闻名了，当时，他拥有16条拖网渔船，渔业年产值高达500万美元，绝大多数海鲜打着“渔帆”商标出口美国。

渔业的巨额利润，又吸引了不少追赶“财神爷”的人。科威特、伊朗、巴林等国家和地区的商人纷纷嗅到鱼腥，都想大吃一口。但波斯湾的鱼虾不会随着捕捞规模迅速扩展而增加，反而锐减。

卡赫利法这时果断地鸣金收兵。众多渔业公司在昙花一现的高潮之后纷纷破产。卡赫利法又将毫头指向了建材业。

1970年之后，沙特房地产业迅速发展，卡赫利法集中精力生产混凝土砖块，



这种砖块成为热销货，供不应求。



卡赫利法似乎在牵着财神爷的鼻子走，他走到哪里，财神爷就跟到哪里。卡赫利法是个喜欢挑战新事业的人，越喜欢冒险的人，获得高收益的几率就越大，而获利颇丰后，他冒险的神经就越发活跃。

赚钱赚到扎伊尔



扎伊尔发生了动荡，这件事对于远隔重洋的日本企业似乎没有多少意义，但日本三菱公司的决策人员却没有放过这一信息。他们经过分析认为，与扎伊尔相邻的赞比亚是世界重要的铜矿生产基地，有可能受到叛乱的影响，对此不能掉以轻心。

于是，三菱公司的决策人员便命令情报人员密切注视叛军的动向。不久，叛军向赞比亚移动。公司总部接到这一情报后经过分析，认为叛军将可能会切断交通，由此必将影响到赞比亚铜矿的输出，从而影响世界市场上铜的价格。

三菱公司经过推断，大胆地做出决策，大量收购市场上的铜，而当时，叛军尚未切断交通，市场上铜的价格没有太大的波动。三菱公司趁机低价购进了大量的铜，待机卖出。

果然，后来叛军切断了交通，每吨铜价上涨了60多英镑，三菱公司将先前购进的铜卖出，赚了一大笔钱。



三菱公司乘扎伊尔发生叛乱之机，发了一笔横财。不过一般公司是没有这种魄力去冒这个险的，一时间收购市面上所有的铜，万一叛军不切断交通，这对三菱来说将是一项重大损失。但事实证明三菱的冒险是成功的，因为他们的冒险是建立在严谨的分析和决断上的。

第 14 辑

思路决定财路

一种创意的力量，能让人变得与众不同，发掘别人想象不到的机会。一个创造财富的人，更应该是想法不断、足智多谋的人。创意是无所不在的，不要墨守成规，换个路线，多转个弯，或许灵感就来敲门了。平凡的你也可以是个十足的创新高手。



来自海底的纪念物



很多年以前，美国穿越大西洋底的一根电报电缆因为破损而需要更换，这则小消息在人们中间平静地传播着。但是一位不起眼的珠宝店老板却没有等闲视之，他几乎十万火急地毅然买下了这根报废的电缆。

没有人知道小老板的意图，“他一定是疯了”，异样的眼光惊诧地围绕着他。他呢？关起店门，将那根电缆洗净，弄直，剪成一小段一小段的金属段，然后装饰起来，作为纪念物出售——大西洋底的电缆纪念物，还有比这个更有价值的纪念品吗？

就这样，他轻松地发迹了，他买下一枚皇后钻石。淡黄色的钻石闪烁着稀世的华彩，人们不禁问：他自己珍藏还是抬出更高的价位转手？其实那是后话。他不慌不忙地筹备了一个首饰展示会，其他人当然都是冲着皇后钻石来的，可想而知，梦想一睹皇后钻石风采的参观者会怎样地蜂拥而至。这位珠宝店老板蒂凡尼从此更是名扬世界。



思维空间如宇宙一样浩渺无际，把思维发散到四面八方，从不同的角度来观察事物，去营造新的秩序，探索新的规律。用熟悉的眼光看陌生的事物，用陌生的眼光看熟悉的事物，你就能在寻常事物中发现惊喜之处。

铜牌“引路”



1957年，在美国芝加哥一个全国博览会上，赫赫有名的大老板、57岁的罐头食品公司经理汉斯也把他生产的罐头食品送去展览，但博览会却分给他一个最



偏僻的阁楼作为会场。

汉斯没有怨天尤人，而是沉着冷静地张罗着，并以他那灵活的头脑和强烈的自信心影响着事态的发展。

博览会开幕后，前来参观的人络绎不绝，而到汉斯阁楼上的人却寥寥无几。汉斯突发奇想，制作了很多小铜牌，并在铜牌上刻一行字：谁拾到这些铜牌，就可以到博览会的阁楼上汉斯食品陈列处换一件纪念品。制作好之后，他就在博览会的每一个角落撒下这些铜牌，人们捡到铜牌后，在好奇心的驱使下，纷纷前往参观。

这一招果然厉害。不久，那间小小的阁楼便被挤得水泄不通，汉斯的陈列处几乎成了大会的“名胜”，参观者无不争相前往。即使后来铜牌绝迹，盛况仍一如当初，汉斯所得到的利润共计50万美元。聪明的汉斯化不利为有利，出奇致富的故事由此传开了。



要想有好的点子，就要勇于挖掘大脑中的“第一金矿”。赚钱的门路很多，关键就在于你善不善于转换思路，调动你的智慧，去想出一些好的创意。

一切成就和财富都始于一个意念。念头就是实物，当你有固定的目标，以顽强的毅力和炽热的愿望去追求时，你的念头就会转化成最现实的财富。

出售“笑话”的公司



巴西有个企业家叫卢伊兹·卡洛斯·布拉沃，有一次，他到剧院观看演出，当看到一个讲笑话的节目时，被逗得捧腹大笑。绝大多数观众笑后就抛在脑后，但卢伊兹与众不同，他反复思考此事，认为可以将“笑话”变成赚钱的“商品”。

经过认真的研究分析，卢伊兹决定搞一个独特的电话服务公司，叫做“笑话



公司”。他千方百计汇集了世界各国出版的 500 多册笑话选集，从中精心挑选了成千上万则精彩的笑话，请专家教授译成英语，并使其富有英语的幽默感。然后再聘请滑稽演员把这些笑话制成录音，在电话上增设一个特制系统，备有专用电话号码。用户只要一拨这个专用号码，就能听到令人捧腹大笑的笑话。当然，用户每听一次，就要交付一定的费用，这种别开生面的业务一开张，就受到广大听众的欢迎，卢伊兹也由此获得了丰厚的利润。

为了保护自己的专利，卢伊兹在巴西全国工业产权局进行了注册登记，后来，随着生意的兴隆，他又在英国等 16 个国家进行了专利注册。他在巴西先后与 300 个城市的电话局签订合同，都安上了特种设备，开展笑话业务。在国内业务的基础上，他又开始向英国、日本、德国、法国、希腊、阿根廷、智利、西班牙、葡萄牙等市场出口，年业务额达 3 000 多万美元。



成功需要独辟蹊径，走别人未走的路。旧有的想法是创新的头号敌人，它们牢牢盘踞在你的心灵中，冻结你的思维，阻碍你的进步，干扰你进一步发挥创造的能力，使你永远不能和成功亲密接触。

废料升值 1 万倍



1946 年，一对父子在休斯敦做铜器生意。一天，父亲问儿子：“一磅铜的价格是多少？”儿子答：“35 美分。”父亲说：“对，整个得克萨斯州都知道每磅铜的价格是 35 美分，但你应该说 3.5 美元。你试着把一磅铜做成门把看看。”

20 年后，父亲死了，儿子独自经营铜器店。他做过铜鼓、做过瑞士钟表上的簧片、做过奥运会的奖牌。他曾把一磅铜卖到 3 500 美元，这时他已是麦考尔公司的董事长了。



然而，真正使他扬名的，是纽约州的一堆垃圾。

1974年，美国政府为清理那些给自由女神像翻新扔下的废料，向社会招标。但好几个月过去了，没人应标。正在法国旅行的他听说后，立即飞往纽约，看过自由女神像下堆积如山的铜块、螺丝和木料后，未提任何条件，立即就签了字。

当时不少人对他的这一举动暗自发笑。因为在纽约州，垃圾处理有严格的规定，弄不好会受到环保组织的起诉。

就在一些人等着看他的笑话时，他开始组织工人对废料进行分类。他让人把废铜熔化，铸成小自由女神像；再把木头加工成木座；废铅、废铝做成纽约广场的钥匙；最后他甚至把从自由女神像身上扫下的灰尘都包装起来，出售给花店。

不到3个月时间，他让这堆废料变成了350万美元，每磅铜的价格整整翻了1万倍。



好的创意就像蒙娜丽莎的微笑那样令人沉醉，但它并不神秘，揭开创意的面纱，背后往往是一些简单而实用的方法，最重要的是要做个生活中的有心人。只要用心，垃圾也能变成黄金，好的创意不在天涯，不在海角，就在我身边，在你的点滴生活中。

小石子里的创意



日本有一家高脑力公司。公司上层发现员工一个个萎靡不振，面带菜色。经咨询多方专家后，他们采纳了一个简单而别致的治疗方法——在公司后院用圆滑光润的小石子约800个铺成一条石子小道。每天上午和下午分别抽出15分钟时间，让员工脱掉鞋在石子小道上如做工间操般随意行走散步。起初，员工们觉得很好笑，更有许多人觉得在众人面前赤足很难为情，但时间一久，人们便发现了它的好处，原来这是极具医学原理的物理疗法，起到了一定的按摩作用。



好创意自身就是财富。一个年轻人看了这则故事，便开始着手他的生意。他请专业人士指点，选取了一种略带弹性的塑胶垫，将其截成长方形，然后带着它回到老家。老家的小河滩上全是光洁漂亮的小石子。他在石料厂将这些拣选好的小石子一分为二，一粒粒稀疏有致地粘满胶垫，干透后，他先上去反复试验感觉，反复修改好几次后，确定了样品，然后就在家乡因地制宜开始批量生产。后来，他又把它们确定为好几个规格，产品一生产出来，他便尽快将产品鉴定书等手续一应办齐，然后在一周之内就把能代销的商店全部上了货。

将产品送进商店只完成了销售工作的一半，另一半则是要把这些产品送进顾客眼里。随后的半个月里，他每天都派人去做免费推介员。商店的代销稳定后，他又开拓了一项上门服务：为大型公司在后院中铺设石子小道；为幼儿园、小学在操场边铺设石子乐园；为家庭铺室内石子过道、石子浴室地板、石子健身阳台等。一块本不起眼的地方，一经装饰便成了一处小小的乐园。

紧接着，他将单一的石子变换为多种多样的材料，如七彩的塑料、珍贵的玉石，以满足不同人士的需要。

800粒小石子就此铺就了一个人的财富之路。



要学会创新思维，就应善于培养精细的观察力和深刻的洞察力，不以放任自流的态度对待身边的小事，因为美丽的、性情古怪的幸运天使可能就藏在你不注意的角落里，如果你稍有不慎，她又将翩然而去，留下你独自扼腕叹息。

别让创意从手边溜走



有一天，包克看见一个人打开一包纸烟，顺手从中抽出一张纸条扔在了地上。包克弯下腰，拾起这张纸条，那上面印着一位著名女演员的照片。在这幅照片下面印有一句话：这是一套照片中的一幅。烟草公司敦促买烟者收集一套照片。包



克把这张纸片翻过来，注意到它的背面竟然是空白的。

他想，如果把附装在烟盒里的印有照片的纸片充分利用起来，在它空白的那一面印上照片上的人物的小传，这种照片的价值就可大大提高。

于是，他就找到印刷这种纸烟附件的平板画公司，向这个公司的经理说明了他的想法。

这位经理非常赞赏，立即说道，“如果你能给我写 100 位美国名人小传，每篇 100 字，我将每篇付给你 10 美元。请你给我送来一张名人的名单，并把它分类，你知道，可分为总统、将帅、演员、作家等。”

包克写的小传的需要量与日俱增。



成千上万的小事落在我们的手心里，各式各样的小机会每天发生，有些机会看似微不足道，以至于我们常常视而不见，等到错过后，我们才意识到它的珍贵，而这时它已随着时光的波浪流向茫茫大海了。

能吃饭的电影院



对于习惯“常规性思维”的人来说，电影院是看电影的地方，只能是一种用途、一种样式，在他们的印象中，电影院里无非是银幕，一排排椅子，几扇太平门……除此之外，不会再有别的什么大变化。而美国的道菲兄弟却创造了电影院的另一种格局。

1974 年，吉姆和约翰都预感到人们将不满意一成不变的电影院的老格局，打破这种格局将会受到最有好奇心的美国人的欢迎。这一年，道菲兄弟在佛罗里达州的一个购物中心租了一块场地，投资 10 万美元，在那里建成一个餐厅电影院，让电影院观众如同上酒吧的顾客一样，坐在舒服的坐椅上吃着三明治，喝着啤酒，同时悠然自得地观看电影。



不久，餐厅电影院开张了。这种别出心裁的新鲜事物一出现，立刻受到人们的欢迎，尤其适应了年轻人的胃口。这里没有传统的一排排固定的坐椅，而是较为宽松地放置着桌椅。穿着燕尾服的服务员彬彬有礼地为观众送上三明治、意大利脆饼、啤酒等各种饮料。店堂里布置得非常雅观，在放映的时候，人们常会感到是在家里与亲朋好友聚会，吃着点心，看着电视节目。

到这儿来看电影只需付 2 美元门票，在当时的美国，一般电影院的门票是 5 美元。道菲兄弟并不会因此而亏本，他们的赚头来自食物和饮料。有趣的是：许多观众或顾客并不在意这里将要放什么影片，他们喜欢的是这儿的“家庭影院”的气氛，还有很多人是冲着这儿的饮料和食物来的。一面吃东西一面看电影似乎是精神和物质的双重享受，双重享受会给人们带来许多乐趣。

道菲兄弟的餐厅电影院开张以后，很快就容纳不下纷至沓来的顾客。第二家、第三家开张以后，还是满足不了更多顾客的需求。于是，道菲兄弟在全美国开了 21 家这样的场所。白天，这里不放电影，兄弟俩将电影院出租，供人们举行会议和其他活动。这样，影院的利用率就更高了。他们还在 20 多家餐厅电影院里安装了卫星接收器和屋顶天线，以便收闭路电视，进行电视会议，等等。这种新型的电影院给电影业带来了一股新鲜的空气。



道菲兄弟“能吃饭的电影院”的成功，不是道菲兄弟有什么超凡的能力，而在于道菲兄弟冲破直线思考的常规模式，准确地预见到“能吃饭的电影院”的市场效益。正是因为道菲兄弟能冲破直线思维的禁锢，他们才获得了巨大的成功。

罗伯斯的“孩子们”



罗伯斯在大学三年级时便退学，23 岁时就开始在家乡克利夫兰一带销售自己创作的各种款式的软雕玩具娃娃，同时还在附近的多巨利伊国家公园礼品店上班。



然而曾经连房租都交不起、穷困潦倒的罗伯斯如今已成了全世界最有钱的年轻人之一。这一切不是缘于他的玩具娃娃讨人喜爱的造型和它们低廉的售价，而是归功于他在一次乡村市集工艺品展销会上突然冒出的一个灵感。在展览会上，罗伯斯摆了一个摊位，将他的玩具娃娃排好，并不断地调换拿在手中的小娃娃，他向路人介绍说：“她是个急性子的姑娘”或“她不喜欢吃红豆饼”。就这样，他把娃娃拟人化，不知不觉中他就做成了一笔又一笔的生意。

不久之后，便有一些买主写信给罗伯斯，诉说他们的“孩子”也就是那些娃娃被买回去后的问题。

就在这一瞬间，一个惊人的构想突然涌进罗伯斯的脑海中。罗伯斯忽然想到：他要创造的根本不是玩具娃娃，而是有性格、有灵魂的“小孩”。

就这样，他开始给每个娃娃取名字，还写了出生证书并坚持要求“未来的养父母们”都要做一个收养宣誓，誓词是：“我某某人郑重宣誓，将做一个最通情达理的父母，供给孩子所需的一切，用心管理，以我绝大部分的感情来爱护和养育他，培养教育他成长，我将成为这位娃娃的唯一养父母。”

玩具娃娃就这样不仅有玩具的功能，而且凝聚了人类的感情，将精神与实体巧妙灵活地结合在一起，真可谓是一大创举。

数以万计的顾客被罗伯斯异想天开的构想深深吸引，他的“小孩”和“注册登记”的总销售额一下子激增数亿美元。

从一个穷小子到亿万巨富，罗伯斯的成功应归功于他那独一无二的创意。



许多创意并非凭空而来，如果平时对生活和社会多加留意，必然会获得许多新的认识和感悟。毕竟创意并非完全源于思考，而更多地源于生活。



象牙肥皂



美国俄亥俄州一家小店的售货员普洛斯特和杂货店老板盖姆脾气相投，两人经常互相串门，在一起喝咖啡、聊天。盛夏的一天，普洛斯特到盖姆家，一起在楼前喝咖啡闲聊，盖姆夫人在一旁洗衣服。普洛斯特突然发现，盖姆夫人手中用的是一块黑黝黝的粗糙肥皂，与她洁白细嫩的手形成鲜明的反差，他不禁叫道：“这肥皂真令人恶心！”普洛斯特和盖姆就此议论起如何做出一种又白又香的肥皂来。那个年代，使用黑肥皂是一件平常事，但有心的普洛斯特却萌发出创业的念头。

他和盖姆决定开办一家专门制造肥皂的公司，名称就用他俩名字的头一个字母P和G，叫P&G公司。普洛斯特聘请自己的哥哥威廉姆当技师，研制洁白美观的肥皂，经过一年的精心研制，一种洁白的椭圆形肥皂产生了，普洛斯特和盖姆欣喜若狂。

像面对刚刚诞生的婴儿一样，该给它起一个什么动听的名字呢？普洛斯特煞费苦心，日夜琢磨。星期天，普洛斯特来到教堂做礼拜，一面想着为新肥皂命名的事，一面听神父朗读圣诗：“你来自象牙似的宫殿，你所有的衣物沾满了沁人心脾的芳香。”普洛斯特心头一热：“对！就叫‘象牙肥皂’，‘象牙肥皂’洁白如玉，又语出圣诗能洗净心灵的污秽，更不用说外在的尘埃。”

美好的产品、圣洁的名字，谁人不爱？P&G公司为此申请了专利。为了把这种产品推向市场，普洛斯特和盖姆决定大力进行广告宣传。他们聘请名牌大学的著名化学家分析“象牙肥皂”的化学成分，从中选择最有说服力和诱惑力的数据，并将它们巧妙地穿插在广告中，让消费者们对“象牙肥皂”的优良品质深信不疑。P&G也由此大获成功。



借助思考，人们更容易找到获取成功的突击方向，可以在阻挡自己的障碍上撕开缺口。善于创意和珍视思考，是成功者应具备的可贵品质。



视觉误差带来的利润



日本东京的一个咖啡店老板利用人的视觉对颜色产生的误差，减少了咖啡用量，增加了利润。他给30多位朋友每人4杯浓度完全相同的咖啡，但盛咖啡的杯子的颜色则分别为咖啡色、红色、青色和黄色。结果朋友们对完全相同的咖啡的评价却截然不同，他们认为青色杯子中的咖啡“太淡”；黄色杯子中的咖啡“不浓，正好”；咖啡色以及红色杯子中的咖啡“太浓”，而且认为红色杯子中的咖啡“太浓”的占90%。于是老板依据此结果，将其店中的杯子一律改为红色，既大大减少了咖啡用量，又给顾客留下了极好的印象。结果顾客越来越多，生意随之愈加红火。



创新对于创富具有十分重要的意义。俗话说：“流水不腐，户枢不蠹。”对于经营者来说必须永葆创新的青春，才能立足于商海。一旦你停止了创新，停止了进取，哪怕你是在原地踏步，其实也是在后退，因为其他的创富者仍然在前进、在创新、在发展。

用丑女打广告



很多人都知道法国著名化妆品公司——香奈尔公司，它的发展壮大就是得益于一名员工在关键时期的一次关键性的创意。

刚开始时的香奈尔公司没什么名气，产品滞销，公司陷入困境。这时，销售部的一位员工突发奇想，并把想法向香奈尔汇报，立即得到了老板的大加赞赏。



没过几日，人们在巴黎《日日新闻》上看到了这样一则广告：香奈尔化妆品公司精选 10 名丑女，将于星期六晚上在巴黎大舞台与诸君见面。

广告刊出后，一时间被传为奇闻。届时到场参观的人非常多。

帷幕拉开，丑女们鱼贯而出。果然一个个都是长得奇丑无比。观众们顿时嘘声一片，大家无不惊叹：“竟然会有这么丑的女人！”

这时只见香奈尔女士笑容可掬、神态自如地走上台，她对大家说：“为了展示本公司化妆品的功效，请诸位朋友稍等片刻，让丑女们化妆，以谢诸君。”

过了一会儿，随着音乐幕布再起，丑女们一个个涂脂抹粉，霓虹灯下竟然是另一番模样。

观众无不叹服，自此香奈尔公司生产的化妆品在市场上成为畅销货。



成功崛起的富人，不是因循守旧、没有任何压力的观光客，而是积极投入、努力创新的参与者。善于捕捉机遇，以创造性思维迎接机遇的人，最有希望与财富为伍。

“傻子”的独创



中国的消费者几乎没有不知道“傻子瓜子”的。“傻子瓜子”成为国家工商管理局的标准商标。这种瓜子不仅誉满国内，还远销海外。

“傻子瓜子”的经营者叫年广久。开始，“傻子”的瓜子并没有特色。虽然他经营有道，搞先尝后买一类的傻办法，贴“傻子瓜子”广告牌，在同行中也算买卖兴隆，但总没有独特的风味。

他决心创出“傻子瓜子”的独特风味。年广久关门歇店 100 天，跑南昌，跑武汉，跑上海，到处捕捉瓜子的信息，到处调查消费者的口味。他每到一地，就花一角钱买一包瓜子，边走边嗑，遍尝各地瓜子，琢磨它们的特点，从配料、翻炒到火候等，一一默记在心。他发现南北东西瓜子味道各不相同：扬州的瓜子带



甜味，上海瓜子甜中带酸，江西瓜子甜中带辣，北方瓜子带咸味……他还通过访问，掌握了椒盐、辣椒、吴卤等 72 种瓜子的不同配方。年广久回到芜湖，经过反复试制，一种博采众家之长，熔南北风味于一炉的瓜子投放市场了。

人们惊奇地发现，他的瓜子与众不同，粒大仁实，进口一嗑便开，细细品味，甜中带咸，咸中带辣，兼有草药的芳香。从“无”中创造“有”，食者无不拍手叫绝，从而赢得了更多的顾客。“傻子”的新味瓜子很受欢迎，从此“傻子”的牌子一炮打响。

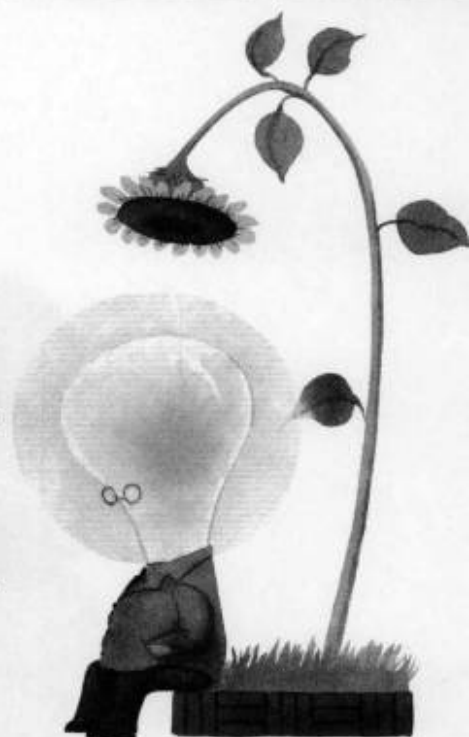


任何行业都有创新的空间，就看你有没有这个心思去挖掘。
很多创意并非偶然。而是长期的反复思量、琢磨才得出来的。



下篇

最优秀的14 个商业群体





第 15 辑

为经商而生的民族： 犹太人的赚钱故事

犹太人是世界上最聪明、最富有的民族之一，他们以独特的经商技巧摘取了“天下第一商人”的桂冠。有人说：“犹太富豪在家打个喷嚏，全世界的银行都会感冒。”犹太人在投资创业方面表现得出神入化，他山之石，可以攻玉，我们为什么不来借鉴一下他们的经商谋略呢？



信息就是效益



美国著名的犹太实业家，同时又被誉为政治家和哲人的伯纳德·巴鲁克在30岁之前已经因经营实业而成为百万富翁。无论生前死后，巴鲁克都受到普遍的尊重。他在1916年时被威尔逊总统任命为“国防委员会”顾问，兼“原材料、矿物和金属管理委员会”主席，以后又担任“军火工业委员会主席”。1946年，巴鲁克担任了美国驻联合国原子能委员会的代表，并提出过一个著名的“巴鲁克计划”，即建立一个国际权威机构，以控制原子能的使用和检查所有的原子能设施。

创业伊始，巴鲁克也是颇为不易的。但就是犹太人所具有的那种对信息的灵通，使他一夜之间发了大财。

1898年7月3日晚，28岁的巴鲁克正和父母一起待在家里。忽然，广播里传来消息，西班牙舰队在圣迭戈被美国海军消灭。这意味着美西战争即将结束。

这天正好是星期天，第二天是星期一。按照常例，美国的证券交易所在星期一都是关门的，但伦敦的交易所则照常营业。巴鲁克立刻意识到，如果他能在黎明前赶到自己的办公室，那么就能发一笔大财。

在那个年代，小汽车尚未问世，火车在夜间又停止运行。在这种似乎束手无策的情况下，巴鲁克却想出了一个绝妙的主意：他赶到火车站，租了一列专车。巴鲁克终于在黎明前赶到了自己的办公室，在其他投资者尚未“醒”来之前，做成了几笔大交易，他成功了。

巴鲁克对信息十分的敏感与灵通，从信息中推断出对自己有用的结论，据此做出决策，并采取相应的行动，从而占据先机。巴鲁克在不无得意地回忆自己多次使用类似手法都大获成功时，将这种金融技巧的创制权归之于罗斯柴尔德家族，



但显然，在对信息的“理性算计”中，他是青出于蓝而胜于蓝的。



巴鲁克发财致富的原因就是掌握了大量的信息，进行独特的运用、操作，因此他就比别人抢先了一步，在最短的时间里成为富商。信息到处都是，不必走远，只需要多看、多听、多思，你就会在自己的身边找到它，如果想让自己的财富增加，就必须让自己的信息细胞活动起来。在市场经济条件下，信息灵则经营活，经营活则效益增。从某种意义上讲，信息就是效益。

犹太人的合同意识



犹太人做生意十分注重合同。出口商比尔与犹太商人拉克签订了10 000箱蘑菇罐头合同，合同规定为：“每箱20罐，每罐100克。”但出口商比尔在出货时，却装运了10 000箱150克的蘑菇罐头。货物的重量虽然比合同多了50%，但犹太商人拉克拒绝收货。出口商比尔甚至同意超出合同重量不收钱，而拉克仍不同意，并要求索赔。比尔无可奈何，赔了拉克10多万美元后，还要把货物另作处理。

此事看来似乎是拉克太不通情理，但事实不是那么简单。犹太人精于经商，深谙国际贸易法规和国际惯例。他们懂得，合同的品质条件是一项重要条件，或者称为实质性的条件。合同规定的商品规格是每罐100克，而出口商交付的却是每罐150克，虽然重量多了50克，但卖方未按合同规定交货，是违反合同的。按国际惯例，犹太商人完全有权拒绝收货并提出索赔。犹太商人此举是站得住脚的。

此外，还有个适销对路问题。犹太商购买不同规格的商品，是有一定的商业目的的，包括适应消费者的爱好和习惯、市场供需的情况、对付竞争对手的策略等。



如果出口方装运的 150 克蘑菇罐头不适应市场消费习惯，即使每罐多给 50 克并不加价，犹太商人也不会接受，因为这打乱了他的经营计划，有可能使其销售通路和商业目标受到损失，其后果是十分严重的。

最后，还有可能会给买方犹太商人带来意想不到的麻烦。假设犹太进口商所在国是实行进口贸易管制比较严格的国家，如果进口商申请进口许可证是 100 克的，而实际到货是 150 克，其进口重量比进口许可证重量多了 50%，很可能遭到进口国有关部门的质疑，甚至会被怀疑有意逃避进口管理和关税，以多报少，要受到追究责任和罚款的惩罚。



犹太人认为：合同是与神的签约，谁也不能违背。所以，尽管犹太人仅占全世界总人口的 0.3%，但却操纵着世界经济的杠杆。

化整为零



美国超级犹太富豪霍华·休斯是一个精明的生意人。他在 50 年间，个人拥有的财产竟高达 20 亿美元。他能如此发达，来自他那独特的经营方法——化整为零的多方面分散经营法。换句话说，就是他不只限于经营一个企业，而是同时经营多种企业；不采取“高度集中”的经营方式，而是采取极其分散的经营方式。对于他这种方式，当时许多人认为太危险，因为资金太分散，没有那么多时间和精力去照顾全部事业，将会有一些事业崩溃。

然而，休斯的头脑与众不同，他有自己的行事方式。他认为，多种企业同时进行，就能使“平均率”为我所用。在这种方式下，也许有一项事业可能失败，但其他事业得到机会就可能成功。那么，总的成功率仍然要高得多。

他在经营休斯机床公司的同时，开始向好莱坞的各个公司投资，虽然开始拍的第一部电影亏了本，但他接下来拍的三部电影却大赚其钱，并因此取得了一家



好莱坞制片公司的全部控股权。与此同时，他的注意力又转移到商业中的另一个领域——开设飞机修理厂，进而变成飞机制造厂，后来发展成为休斯飞机公司，再后来又变为环球航空公司，成为世界上有名的航空公司。休斯的成功，无不借助于他分而治之的制胜之术。



“不要把鸡蛋放在同一个篮子里。”这句经典的投资格言还有更深层的意义，这就是要求人们实践投资的组合理论，把风险系数降到最低。

坚持自己的眼光



24岁的青年巴鲁克，以普普通通的出身，凭着自己准确的判断和锲而不舍的努力，用借来的5万美元在10年间滚出了亿元身价，铸造了以色列第一财务软件企业的宏伟事业。当时电脑行业正在蓬勃发展，随着大量国外品牌电脑的进入，国外大公司开发的各种软件也开始长驱直入，计算机行业再次面临着机会的诱惑，不少人认为国外的计算机无论硬件还是软件均远远超过本国，与其苦苦开发民族软件，不如直接销售推广国外的硬件和软件，这样风险小，来钱快。

巴鲁克仍然潜心致力于民族财务软件的开发、销售，似乎并不在乎国外同行的竞争。在他看来，软件应用离不开技术和服务的本地化支持。国外许多公司可以将软件加以调整推向市场，但其母版是国外的，不可能完全符合国家企业的要求。民族软件业的优势就在这里，不仅完全做到了应用、服务的本地化支持网络，而且从软件设计一开始就充分考虑到了以色列企业的现状。

也正是凭借这一优势，2000年，巴鲁克击败国外著名公司，以不菲的价格拿下了仅软件服务就达1000万美元的大洋公司财务软件合作项目，巴鲁克的判断力再一次得了高分。



犹太人有一句格言：“只要能够正确使用，你的头脑就是你最有用的资产。”这就是犹太人的商业原则，作为商人，他的任务就是想办法制订好一套完整的合理的商业计划，坚定自己的看法和计划，剩下的事情就让别人去摆弄，自己等着赚钱就可以了。

一笔生意，两头赢利



莱曼兄弟公司是19世纪70年代末期一家历经150年的美国犹太老字号银行。年利润数额可观，高达3500万美元。它的创业史具有相当传奇的色彩。

1844年，德国维尔茨堡的一个名叫亨利·莱曼的人移居美国，他在南方居住了一段时间，就和自己的两个弟弟——伊曼纽和迈耶一起定居在亚拉巴马，并开始做起杂货生意。

亚拉巴马是美国的一个产棉区，农民手里多的是棉花，但却没有现金去买日用品杂货，于是就产生了用杂货去交换棉花的方式。双方皆大欢喜，农民得到了需要的商品，他也卖掉了杂货。

这种方式，乍看上去与犹太人“现金第一”的经营原则不符，但这却是莱曼兄弟“一笔生意，两头赢利”的绝招。这种方式不仅吸引了所有没钱买日用品的顾客，扩大了销售，而且有利于莱曼兄弟降低棉花价格，提高日用品的价格，并且在杂货店进货之际，顺便把棉花捎出去，避免了单程进货，更省下不少运输费。

没过多久，莱曼兄弟便由杂货店小老板发展成经营大宗棉花生意的商人，棉花典当成了他们的主要业务。美国南北战争期间，莱曼兄弟在伦敦推销联邦的商务，在欧洲大陆推销棉花。

战后，他们在纽约开办了一个事务所，并于1877年在纽约交易所中取得了一个席位，成为一个“果菜类农产品、棉花、油料代办商”，莱曼兄弟公司从此走上了规模化发展的道路。



一般人看事物多用二分法，非强即弱，非胜即败。利人利己者把生活看做一个合作的舞台，而不是一个角斗场。其实，世界之大，人人都有足够的立足空间，他人之得不必视为一己之失。现代商战，少不了“硝烟”，但也离不开双赢。

没有金子就种花



自从传言有人在萨文河畔散步时无意发现金子后，这里便常有来自四面八方的淘金者。

的确，有一些人找到了，但另外一些人因为一无所得而只好扫兴归去。

也有不甘心落空的，便驻扎在这里，继续寻找。犹太人彼得·弗雷特就是其中的一员。他在河床附近买了一块没人要的土地，一个人默默地工作。他把所有的钱都压在这块土地上，埋头苦干了几个月，翻遍了整块土地，但连一丁点金子都没看见。

6个月以后，他连买面包的钱都快没有了，于是他准备离开这儿到别处去谋生。

就在他即将离去的前一个晚上，下起了倾盆大雨，并且一下就是三天三夜。雨终于停了，彼得走出小木屋，发现眼前的土地看上去好像和以前不一样：坑坑洼洼已被大水冲刷平整，松软的土地上长出一层绿茸茸的小草。

“这里没找到金子，”彼得忽有所悟地说，“但这土地很肥沃，我可以用来种花，并且拿到镇上去卖给那些富人，装扮他们华丽的客厅。那么有朝一日我也会成为富人……”彼得仿佛看到了将来：“对，不走了，我就种花！”

于是，他留了下来，花了不少精力培育花苗，不久，田地里长满了美丽娇艳的各色鲜花。

他把花拿到镇上去卖，那些富人很乐意付少量的钱来买彼得的花，以使他们的



的家庭变得更加富丽堂皇。

5年后,彼得终于实现了他的梦想——成了一个富翁。

犹太人认为,人的一生离不开自己所处的客观环境,也离不开自身的主观条件。改变整个客观环境,是整个社会的事,作为个人或企业只能适应客观环境。至于主观条件,有些是可以改变的,有些则是不能改变的,这得靠自身的努力了。



犹太人就是善于活用一切。由于历史的原因,他们所处的环境和条件千差万别,但不管在欧洲、美洲或者在亚洲乃至非洲,不管从事商业、科学技术事业或是文化艺术乃至农业,都涌现出大批事业有成的佼佼者。究其原因,其中很重要的一条就是他们能适应环境,活用一切有利条件,充分发挥自己的潜能。

病了也不忘创富



58岁的犹太商人麦士辛辛苦苦积攒了将近一辈子才有1.5万美元的存款。更不幸的是,四年前他还患上了白内障,视力严重受损,甚至不能阅读、写字与驾驶。疾病令他十分沮丧,更担心无以为继,不忍心看着妻儿与自己一起挨饿。转念之间,他体会到视力不良者的不便与需要,慢慢研究出一种特别印刷的书籍,为他带来了丰厚的利润。

麦士决定寻找一种较容易阅读字体的方法。他的视力不好,便尽量不在晚上工作,经过近一年的研究,麦士发现在纸上印的粗线条的斜纹字体,不但对视力有障碍的人大有帮助,而且对一般人阅读的速度,也会有所提高。麦士看出这门生意极具发展潜力,机不可失,他将仅有的1.5万美元存款从银行里取出来,把这组新研究而来的字体整理妥当,进行全面推广。麦士在加州自设印刷工厂,第



一部特别印刷而成的书，不是什么文学巨著，乃是全球销售量之冠的《圣经》。这种宣传极具号召力，一个月内，麦士接到订购 70 万本《圣经》的订单，不但使紧张的经济状况大大缓解，而且还有足够的财力扩展业务，在电视、报纸及杂志上做广告，从而给他带来优厚的报酬。



做生意好比追求异性，既要有勇气，也要胆大心细，及时表现爱意。必须满怀自信，不怕失败。

当然，成功的信念不是天生就有的，它需要后天的磨炼与培养。如果你心中有这样或那样的缺陷与弱点，就可以给自己制订一个调整的计划，通过种种积极的方法，一定能够逐渐培养起成功的信念，从而在以后的事业中拥有自信，达到成功。

环保又赚钱的垃圾



美国有家公司名叫“富顿兴产公司”，是专门生产经营机械设备的，随着市场竞争日益加剧，其生意日渐惨淡。董事长乔治富顿是出生和成长在美国的犹太人。当公司经营上出现困难时，他开始思考和观察怎么使企业走出困境。

一天，乔治富顿发现纽约市街道旁有一堆堆的垃圾。他想，垃圾是城市必有产物，天天不断产生，它作为废物给城市管理带来环境污染和清除的经济负担。他想，可不可以在垃圾上做些文章呢？如果我能够利用垃圾来制造一些有用的东西，它既不用原料成本，取之不尽，又可为城市解决污染的公害问题，更可使我的企业振兴发达……

乔治富顿马上组织人员一起致力研究垃圾的开发。经过一番试验和市场调查研究后，大家一致觉得把垃圾碾碎、压成建筑材料最有可行性。因为当时是 20 世纪初期，美国正是经济大发展时期，建筑业兴旺发达。同时，自己的公司是生



产机械设备的，研制一种压缩机是轻而易举之事。据此研究和分析，乔治富顿立即让自己公司转产压碎机和垃圾建筑材料。果然不出所料，生意十分火旺。加上成本低，公司利润就十分可观，这不但使富顿兴产公司起死回生，而且乔治富顿本人也发了大财。



既环保又赚钱，这么好的事情，可能很多人不会相信，也不会去付诸实践。“富顿兴产公司”敢想敢做，最后产生了良好的回报，这证明很多事没有想法是不会成功的，有了想法不去做也不会成功。

既环保又赚钱

乔治富顿，一位英国人，他发明了一种压缩机，这种压缩机可以将垃圾压缩成建筑材料，既环保又赚钱。乔治富顿在18世纪末，看到伦敦的垃圾堆积如山，感到非常头疼。他想到，如果能把垃圾压缩成建筑材料，不仅可以解决垃圾问题，还可以赚钱。于是，他发明了一种压缩机，这种压缩机可以将垃圾压缩成建筑材料。乔治富顿的发明，不仅解决了垃圾问题，还为公司带来了巨大的利润。他的公司后来发展成为一家大型建筑公司，乔治富顿本人也发了大财。

第16辑

热衷商业而不失幽默： 美国人的赚钱故事

美国人把社会上形形色色的行业概括为红、黄、黑三道，红代表官道，黄代表商道，黑代表学道。在商业精神塑造的美国社会，人们最为推崇商道，他们热衷于努力工作，经商赚钱，善于以变应变，造势生财。在美国人的眼里，金钱近乎万能。



始于火车上的小生意



只要提到 BP 机和大哥大，人们就会不约而同地想到摩托罗拉。保罗·高尔文就是摩托罗拉公司的创始人和缔造者。常有人向成功后的保罗·高尔文讨教成功的秘诀，每当这时，高尔文就总会讲起自己小时候卖爆米花的故事。高尔文出生在美国伊利诺伊州的一户平民家庭。10岁那年，他在一个名叫哈佛的小镇上念书。

哈佛镇当时是个铁路交叉点，火车一般都要停留在这儿加煤加水，于是，许多孩子便趁机到火车上卖爆米花，一个个获利颇丰。

高尔文感到在车站卖爆米花是个不错的买卖，于是，上课之余，他也加入了卖爆米花的行列。为了争夺顾客，孩子们常常会爆发一些“战事”。但每当“战火”烧到高尔文身边时，他总能很快与对方和解，他常常告诫对方：“我们这样搞下去，谁也做不成生意了。”除了到火车上叫卖，高尔文还想了许多办法来增加销量。他搞了一个爆米花摊床，用车推到火车站或马路上叫卖。还往爆米花里掺入奶油和盐，使其味道更加可口。

1910年，哈佛镇下了场大雪，几列满载乘客的火车被大雪封在了这里。高尔文就赶制了许多三明治拿到车上去卖。三明治做得并不太好，但饥饿的乘客们仍抢着购买，高尔文没有趁机敲竹杠。事后，高尔文一算账，惊喜地发现，公平的获利仍让他发了一笔小财。

夏天到来后，高尔文又创制出一种新产品，他设计了一个半月形的箱子，用吊带挎在肩上，在箱子中部的小空间里放上半加仑冰激凌，箱边上刻出一些小洞，正好堆放蛋卷，然后拿到火车上去卖。这种新鲜的蛋卷冰激凌很受欢迎，生意非常火爆。

在火车上做买卖很快成了一个热门，不但镇上的孩子们纷纷加入竞争行列，而且其他村镇的孩子也纷纷效仿。高尔文隐隐感到这种混乱局面不会维持太久，便在赚了一笔钱后，果断退出了竞争。不出所料，不久之后，车站就贴出通告，禁止一切人进入车站和火车上买卖。

卖爆米花的经历，培养了保罗·高尔文对市场动态敏锐的把握能力，这也



成了他日后经营生涯中赖以制胜的法宝。在以后的岁月中，每当某些产品或销售进行不下去时，高尔文就会向他的同事们讲述这个“卖爆米花的故事”。



大老板往往是从小生意做起的。做好小生意才能成就大事业。美国人很懂得这个道理，因此，即使是规模很小，他们也经营得有声有色。

可口可乐的瓶子



创业，机会很重要。但机会往往青睐于有准备的人。如果没有准备，当机会突然降临时，是很难把握住的，因为把机会转变成财富，需要一定的识别能力，而识别能力也许在你那一念之间。

有一个叫卢托的美国人，他是一个年轻的制瓶工人。有一天，他的女朋友穿着一套裙子，这条裙子的膝盖上面部分较窄，使腰部显得很有吸引力，看上去挺拔漂亮。他觉得这条裙子线条十分优美，便目不转睛地欣赏着。

这时，一个念头突然跃入他的脑海：如果做一个这种形状的瓶子，一定别具一格。随后，他便着手干起来，并在瓶身印上和裙子一样的图案。忙碌了半个月后，一种新款式的瓶子诞生了，这就是我们今天看到的可口可乐瓶子的造型。它不仅外观别致美观，而且用手握住的时候不容易滑脱，同时，瓶子里面的液体看上去要比实际的多。基于上述优点，在1923年的时候，卢托就将专利权以600万美元的价格出售给可口可乐公司，因而一夜成名。



可见，发财致富有时就在一念之间。致富的机遇在哪里？
机遇在市场上，更在人的头脑中。



世界上第一条牛仔裤



如今的青年人都喜欢穿牛仔裤，可是您知道牛仔裤的发明正是剑走偏锋的结果吗？

100多年前，在美国的加利福尼亚掀起了一股淘金热潮。许多先到达的人成了百万富翁的消息不胫而走，吸引了很多的人来到了充满希望的加利福尼亚，一时之间，这里人满为患。随着人口的增多，经营淘金用的器具、生活用品也成了赚钱的行业。

这时，后来的牛仔裤大王施特劳斯加入了竞争的行列。但是，他带来的不是淘金工具和日用百货，而是他原来经营的线团、帆布等用品。

一到目的地，他的缝纫用品就被大家抢购一空，因此他认识了很多裁缝，可是他的帆布却始终无人问津。

施特劳斯没有加入淘金的行列，他在冷静地等待机会。通过观察千变万化的情况，他相信他的机会即将来临。

一天，施特劳斯正在和一位疲惫不堪的矿工坐在一起休息，这个矿工抱怨说：“唉！我们一天到晚的拼命工作，挖不完的矿石，就连吃饭睡觉的时候都担心别人抢在自己前头去，裤子破了也没有工夫去补。这个鬼地方，裤子磨破的又特别的快，一条裤子穿不了几天就得扔了……”

“是吗？如果有一种非常耐磨的裤子……”施特劳斯陷入了沉思。帆布不就是一种非常耐磨的材料吗？对，就这样，让裁缝把帆布做成裤子不就行了吗？

他立即行动起来，找到裁缝。裁缝按照他的意思，做成了世界上第一条牛仔裤。

后来，施特劳斯不断地改进和提高牛仔裤的质量，帆布牛仔裤逐渐演变成了一种流行时尚。牛仔裤也迅速从美国的一个小镇流传到整个美国，不久又传遍了整个世界。

就这样，施特劳斯成了闻名于世的“牛仔裤大王”。



这个经典的故事告诉我们，当我们没有实力和别人竞争，或者和别人竞争非常困难的时候要多想一下还有没有其他的途径。有时候，绕开困难险阻，就会别有一番天地。所以，穷人只要放下包袱，开动脑筋，学会换个角度思考问题，就能走向成功。

善于梦想的美国人



约翰·坦普登在田纳西州的温彻斯特度过了他的高中时代。在这里，他萌生了自己的梦想：希望有朝一日成为一家大公司的首脑人物。这个10多岁的小男孩，从此开始为了他的梦想而努力。

进入耶鲁大学之后，约翰的眼界更加开阔了，他的兴趣从经营一般企业，转移到研究评断公司财务上面。没想到不幸却在这时降临到他的头上，大学二年级时，他父母再也拿不出钱供他念书了，约翰陷入了两难的境地，或者休学就业，或者半工半读。这样的选择，对约翰来说非常艰难，但为了实现自己的梦想，无论如何也要坚持到毕业。

约翰用奖学金和兼职工作完成了这一切，并且取得了好成绩。3年后，约翰获得了经济学学士学位，同时还获得了著名的路德奖学金。以后的两年，他在英国牛津大学攻读硕士学位，这对他将来从事财务经营也是大有帮助的。

毕业后，约翰回到纽约，开始追求自己的目标。他一开始就进了一家规模很大的证券公司，在公司里，他的职务是投资咨询部办事员。

不久，他看到一则招聘启事，有一家国家地理勘察公司征聘年轻上进的财务经理。约翰认为，这家公司能让他学到更多有关财务经营方面的东西，于是前去应聘。很顺利的，他就进了这家公司，并且一做就是4年。4年以后，这家公司的业务发展非常稳定，约翰发展得也很不错，可约翰觉得在这里能



学的已经都学完了；他应该寻找更多的学习机会。他又回到了以前的那家证券公司。

28岁的时候，约翰又一次面临重大选择。公司有一名资深职员要退休了，这个人有8个很有实力的客户，他愿意以5000美元转让给约翰。在当时，5000美元简直就是约翰的全部财产，万一失败，约翰就会一贫如洗。而且，还有一个很严重的隐患，就是这些客户转过来后能否留住还不清楚。

这时，早年的梦想撞击着约翰的心扉，他自立门户的雄心战胜了一切。他接受了这8名客户，并且立即前往拜访，坦率而诚挚地向他们说明了自己的梦想与计划。客户们被他的热情与直率感动，都表示可以留下观察一段时间，这一观察就一个也没走，全留下来了。

在开始的两年里，约翰过得非常艰难，公司的经营也境况不佳。但约翰从来没有放弃过，反而越来越高地要求公司的服务品质。后来，境况慢慢好转，客户逐渐增多，公司业务也开始蒸蒸日上。

现在，约翰已经是一家投资咨询公司的总裁，拥有资产近1亿美元，同时还兼任某大型互助银行的常务董事以及数字公司的董事。他年轻时候的梦想真的变成了现实。



美国人非常善于梦想。不管现在的生活多么穷困潦倒、苦难不幸，他们都不会轻易地向命运屈服，而愿意相信美好的生活就在后面，好日子终会来到。很多商店的学徒，都幻想有一天可以拥有自己的店铺；很多生活极度拮据的人，梦想自己有朝一日会成为百万富翁；就是出身卑微的人，也经常幻想着能够得掌大权。正是因为有了这些梦想，体内的智能、勇气被激发，人们才更加努力，以追求光明的前途。



琼斯仔猪香肠



琼斯是一位农民，他在美国威斯康星州经营一个小农场。尽管他十分卖力地工作，可是却无法让他的农场生产出更多的东西，他只能很拮据地维持着一家人的生活。宽裕的生活对他们一家人来说，是可望而不可即的。月复一月，年复一年，琼斯就这样辛勤地劳作着，精打细算地维持着一家人的生活。

在琼斯渐渐年老的时候，他的生活依然没有改变。可是，有一天，灾难突然降临到琼斯头上，他患了全身麻痹症，从此卧病在床，连他的小农场也无力去经营了，他丧失了劳动与生活的能力。他的邻居和亲戚们都十分同情他，认为他将永远是一个毫无希望的病人，再也不能享受生活与工作的乐趣了。出乎所有人意料之外的是，琼斯竟然没有被疾病击垮，他体内潜伏的巨大的力量被激发，他开始运用他“沉睡”了数十年的大脑，进行积极的思考。他要成为一个有用的人，供养自己的家庭，而不是成为家人的负担。

经过反复的思考后，他把家人叫到自己的床前，说：“你们在我们农场每一块可耕种的地上都种上玉米。然后，用收获的玉米养猪。当我们的猪稍微长大一点，还幼小肉嫩的时候，就把它们宰掉，做成香肠。我们把香肠包装起来，可以把它叫做‘琼斯仔猪香肠’。然后，我们就在各地的零售店出售这种香肠。”他说着，就被美好的前景所打动，轻轻地笑出了声，“我们的香肠可以像糕点一样出售。”

事情的发展确实像他所预料的一样，他们的香肠像糕点一样出售了！没过几年，“琼斯仔猪香肠”成了非常受欢迎的食品。琼斯在活着的时候就成为百万富翁，以前可望而不可即的梦变成了现实。



有许多人，他们体内的潜能是在身体有了缺陷后引爆的，这巨大的爆破力弥补了他们因身体缺陷带来的痛苦。你也拥有属于自己的潜能，所以，你需要让自己进入一种能激发你潜能的氛围中，由此走上成功之路。



最伟大的推销员



2001年5月20日,美国一位名叫乔治·赫伯特的推销员,成功地把一把斧子卖给了小布什总统。布鲁金斯学会得知这一消息后,把刻有“最伟大推销员”的一只金靴子赠予了他。这是自1975年该学会的一名学员成功地把一台微型录音机卖给尼克松以来,又一学员跨越了如此高的门槛。

布鲁金斯学会创建于1927年,以培养世界上最伟大的推销员著称。它有一个传统,在每期学员毕业时,设计一道最能体现推销员能力的实习题,让学员去完成。克林顿当政期间,他们出了这么一道题目:请把一条三角裤推销给现任总统。8年间,有无数学员为此绞尽脑汁,可最后都无功而返。克林顿卸任后,布鲁金斯学会把题目换成:请把一把斧子推销给小布什总统。

由于受到8年前失败教训的影响,许多学员知难而退。个别学员甚至认为,这道毕业实习题会和克林顿当政期间一样毫无结果,因为现在的总统什么都不缺少,即使缺少,也用不着他们亲自购买,再退一步说,即使他们亲自购买,也不一定正赶上你去推销的时候。

然而乔治·赫伯特却做到了,并且没有花多少工夫。一位记者在采访他的时候,他是这样说的:“我认为,把一把斧子推销给小布什总统是完全可能的。因为,布什总统在得克萨斯州有一个农场,那里长着许多树。于是我给他写了一封信,说:‘有一次,我有幸参观您的农场,发现那里长着许多矢菊树,有些已经死掉,木质已经变得松软。我想,您一定需要一把小斧头,但是从您现在的体质来看,这种小斧头显然太轻,因此您需要一把不甚锋利的老斧头。现在我这儿正好有一把这样的斧头,它是我祖父留给我的,很适合砍伐枯树。假若您有兴趣,请按这封信所留的信箱,给予回复……’最后他就给我汇来了15美元。”

乔治·赫伯特成功后,布鲁金斯学会在表彰他的时候说:“金靴子奖已空置了26年,26年间,布鲁金斯学会培养了数以万计的推销员,造就了数以百计的百万富翁,这只金靴子之所以没有授予他们,是因为我们一直想寻找这么一个人,



这个人不仅充满自信，而且有着不达目标誓不罢休的勇气和毅力。”



无论通往目标的路上布满了多少荆棘，都要一直坚持。只要有敢于挑战不可能的勇气，任何人都可能成功。没有不可能的事，只有中途放弃的人。要想成就一番事业，必须具备锲而不舍的精神。

关键时刻更要坚强



迪布是美国证券行业新生代的领军人物，他 31 岁成为副董事长，34 岁时个人资产超过亿元。

迪布最开始在伯格公司任职，同时寻找制造业方面的工作。虽然他认为他跟这个公司的关系只是“恋爱”，而不是“结婚”，但他与伯格公司的罗曼史却一直到 10 年后才结束。

由于迪布的出色才能，不断有公司来要挖走他，但他都拒绝了，他总是找理由留下。

在迪布被录用前 5 年时间里，情况一直相当不错。他是当时华尔街上最时髦公司中最显眼部门的大宗交易的超级明星，所有来访的客户都同他打招呼，每家权威的报纸都采访他，他扮演着华尔街顶尖实力经纪人的角色。

但在迪布眼里，世界上没有任何比合伙人更权威的了。他当时最大的梦想就是在伯格公司成为一名合伙人。

然而，合伙人会议公布了新合伙人名单。出乎众人所料，迪布不在其中，而一些业绩较差的同事却榜上有名，甚至包括那些私下传闻根本没有机会的人！

迪布眼含泪水，开始时他不能接受这个事实，他曾疯狂地构想报复的计划，甚至想找公司兴师问罪。迪布最后冷静下来：不达目的誓不罢休，我要继续努力。



第二天，迪布照常上班，他全神贯注地工作，微笑着接待顾客。就在当天，他做了到那时为止公司所做的最大一笔交易。迪布的心态此时已基本恢复平和，他心中暗想：“越是关键时刻，越要表现得比其他人坚强。去他们的吧，我要干得与原来一样好！”

一个月后，在没有任何迹象的情况下，公司又召开了一次合伙人会议。与会者面无表情，沉默地走了出来。老板伊杰走到迪布桌前。

“迪布，你被邀成为合伙人了，愿意加入我们的团队吗？”伊杰道。

迪布靠自己过人的耐心赢得了胜利——他得到了自己所希望得到的。在伯格公司，迪布获得了职业生涯的第一次成功。



越是失落的时刻，越要表现得比其他人坚强。要让人知道你是不会被困境击垮的，自己有了信心，别人才会对你有信心，才会有更多机会。

洛克菲勒勤俭的由来



洛克菲勒的企业精神，从该集团创始人约翰·戴维森·洛克菲勒的创业过程看，有一点是很突出的，就是注重勤俭，换句话说，勤俭致富是其企业精神。

洛克菲勒于1839年出生，他虽然进入学校读书的机会不多，但善于把握时间学习，阅读了大量的书籍，脑子十分机敏。到了10多岁时，他已考虑自己怎么创业致富了。为了寻找致富之路，他辛辛苦苦地打工挣钱，好不容易攒到5美元，他决定将这5美元用于购买书籍，以图从书本中找到致富方法。

一天，他在一份晚报上看到了出售发财秘诀的巨幅广告，因此他连夜赶到书店去购买这本求之不得的书。拿回家急忙拆开包装严密的《发财秘诀》，哪知书内空无他物，全书仅印有“勤俭”两个大字。洛克菲勒大失所望，十分生气，一

第16辑 热衷商业而不失幽默：美国人的赚钱故事



下把书扔到地上，并想马上到书店去找老板算账，控告他及作者骗人。但当时天色已晚，他估计书店已关门了，故准备第二天再去。

那天晚上洛克菲勒辗转不能入睡，起初是对书的作者和书店生气，怒斥他们为什么要以此简单二字印书骗人，使他辛苦得来的5美元血汗钱浪费在这“骗术”上！后来，夜已深了，他的火气也慢慢降下。他想，为什么作者仅用两个字出版一本书呢？为什么又选用“勤俭”这两个字呢？想呀想，越想越觉得“勤俭”两字有味道，越想越觉得该书作者的用意深刻，越想越觉得勤俭是人生立世和致富的根本通路，他终于大彻大悟。

想到这里，天已亮了，他赶紧把书本从地上捡起来，深深地吻了它一下，然后端正地摆在他卧室的书桌上，作为他的奋斗创业座右铭。从此，他努力地去打工，埋头苦干，把每天挣来的钱，除了部分交给家里外，其余一分也不乱花，全部积蓄起来，准备用来创业。

洛克菲勒如此坚持了5年，辛辛苦苦地积攒了800美元，他就用这笔钱开创了他的事业。



坚实的财富是需要努力和节俭才能追求到的，同时也需要时间和毅力。正因为这种有耐性、有毅力的精神，这个人很快就会利用这种精神及积蓄的钱财发挥作用，由此便得到了许多意想不到的赚钱机会。洛克菲勒若不用5年时间勤奋工作节俭储蓄，其后他就不能获得800美元为创业的资本，因而也不可能成为石油大王。

猫房铺的诞生



1947年冬天，在密歇根州的卡索波里斯，爱德华·洛厄正帮着他的父亲做木屑生意。这时，有一位邻居跑进来，想向他们要一些木屑，因为她的猫房里的



沙给冻住了，她想换一些木屑铺上去。当时，年轻的洛厄就从一只旧箱子里拿出一袋风干了的黏土颗粒，建议对方试试这玩意儿。因为这种材料的吸附能力特别强，当年他父亲卖木屑的时候，就是采用这种材料清除油渍的。这样一来，那位邻居的燃眉之急就给解除了。

几天以后，这位邻居又来了，她想再要一些这样的黏土颗粒。这时洛厄灵光闪动，突然意识到自己的机会来了。他马上又弄了一些黏土颗粒，分5磅一袋，总共装了10袋。他把自己的新产品命名为“猫房铺”，打算以每袋65美分的价格卖出去。但是，大家都笑话他，因为一般铺猫房用的沙子才多少钱一磅呀？

但出人意料的是，洛厄的10袋黏土很快就卖完了。而且，当这10个用户再次找上门来，指名道姓要买“猫房铺”的时候，这一下该轮到洛厄发笑了。一笔生意，一种品牌，一种使命，就这样创始了。

采用黏土颗粒作为猫房铺，反倒促使这种小动物变成更受人欢迎的宠物了，同时，洛厄也因此而变得富有了。仅仅在1995年洛厄去世前的两三年时间内，“猫房铺”的销售价值就达到了两亿美元。也许可以说，正是洛厄的发明所带来的生存条件的改善，最终使猫取代狗成为在美国最受欢迎的宠物。



美国人总是善于在生活中解决问题并抓住一时的灵感。如果你想成功，不妨随时思考如何把一时的灵感转变为自己的机会。

第 17 辑

作风严谨创世界一流： 日本人的赚钱故事

一个资源贫乏的岛国，战后在废墟中重建繁荣，如今日货遍及全球，独占中国大半市场，一跃成为世界第二经济大国，其经营绝招是什么呢？



做风的生意



1956年,松下电器与大孤制造厂合资,设立了大孤电器精品公司,制造电风扇。当时,松下幸之助委任西田千秋为总经理,自己任顾问。

这家公司的前身,是专做电风扇的,后来开发了民用排风扇。即使如此,产品还是显得很单一。西田千秋准备开发新的产品,试着探询松下的意见,松下对他说:“只做风的生意就可以了。”

当时松下的想法,是想让松下电器的附属公司尽可能专业化,以图有所突破。可是松下电器的电风扇制造已经做得相当出色,颇有余力开发新的领域。尽管如此,西田得到的仍是松下否定的回答。

然而,西田并未因松下这样的回答而灰心丧气。他的思维极其灵活与机敏,他紧盯住松下问道:“只要是与风有关的,任何事情都可以做吗?”

松下并未细想此话的真正意思,但西田所问的与自己的指示很吻合,所以回答说:“当然可以了。”

四五年之后,松下又到这家工厂视察,看到厂里正在生产暖风机,便问西田:“这是电风扇吗?”

西田说:“不是。但它和风有关。电风扇是冷风,这个是暖风,你说过要我们做风的生意,这难道不是吗?”

后来,松下精工的风家族,已经非常丰富了。除了电风扇、排风扇、暖风机、鼓风机之外,还有果园和茶圃的防霜换气扇、培养香菇用的调温换气扇、家禽养殖业的棚舍调温系统……

西田千秋只做风的生意,就为松下公司创造了一个又一个的辉煌。



路的旁边还是路,不要在一条路上停滞不前。利用优势,不断开拓新的领域,你的经营就会更上一层楼,最终成为行业先锋。



在不平衡中找到商机



1952 年，日本四国岛渔民很穷，渴望能打更多的鱼，需要更换更好的渔船。

坪内寿夫看准了这一形势，购下了已经荒废 3 年，一片破败的来岛造船厂。他要从三井、三菱这些大企业无暇顾及的夹缝中打出去——生产小型渔船。为了避开日本政府对 500 吨级以上船只的种种苛求，坪内寿夫把渔船的吨位定在 499 吨。仅一吨之差，即免去了渔民们诸多的繁杂手续，又使渔船具备了足够的吨位，这正是渔民们想要的那种船。坪内寿夫大胆地采取分期收款的方式卖船，为了扩大宣传，坪内动员全体员工，乘新年渔民在家过年的时机，大力宣传来岛渔船的优越性。这几招使不少渔民欣然买船，仅仅 8 年，来岛造船厂就一跃成为日本第五大造船厂，跻身于世界造船业的第 22 位。

20 世纪 60 年代是日本经济迅速发展的年代。一股油船热席卷日本九州的造船厂，令人垂涎的利润使竞争愈演愈烈。

来岛大多数人的眼光也虎视眈眈地盯在油船上。只有坪内寿夫保持了冷静的头脑，他清醒地看到了产油业和油船制造业势必出现的供求矛盾。他不顾公司董事会多数人的反对，断然决定以日本贸易的主力——汽车出口业为目标，全力生产汽车专用运输船。省油便宜的日本汽车在能源紧俏的 70 年代备受青睐，汽车的大量出口使来岛的生意扶摇直上，几年就占据了日本汽车专用运输船生产的 3/4，并大赢其利。油船制造业却在 1977 年的石油危机中一蹶不振，损失惨重。坪内寿夫此时的名望已震惊日本，令人刮目相看。



当一种商品出现供需不平衡的时候，其中必然蕴藏着非常难得的商机。当然，要把握商机，你必须有敏锐的目光和非凡的魄力。在大多数情况下，一个行业的领航者比追随者要冒更大的风险，也能获得更多的利润。



索尼进军美国



20 世纪 70 年代，日本索尼彩电在美国人眼里，是不受欢迎的杂牌货。索尼公司国外部部长卯木肇终日苦思，绞尽脑汁想将彩电打入美国市场。

一日，卯木肇偶然路过一处牧场。当时夕阳西下，飞鸟归林，一个稚气的牧童牵着一头雄壮的公牛走进牛栏，一大群牛便紧随其后，温驯地鱼贯而入。眼前这种景象，使卯木肇茅塞顿开。他暗自思忖：何不在美国找一家“带头牛”商店率先销售索尼彩电呢？

次日，卯木肇选择了当地一家最大的电器推销公司——马希利尔公司作为主攻对象。开始的进攻极不顺利，连续 3 次都碰壁。但卯木肇毫不气馁，第 4 次上门时，马希利尔公司又以“索尼的售后服务太差”为由拒绝。卯木肇没有争辩，而是马上设立特约服务部，并在报上公布特约服务部的地址和电话号码，保证随叫随到。

第 5 次会面，马希利尔公司经理挑剔说：“索尼在当地形象不佳，知名度不够，不受消费者欢迎。”卯木肇仍然不动声色，吩咐 30 多名工作人员，每人每天拨 5 次电话，向马希利尔公司购买索尼彩电。接连不断的订购电话，把该公司的职员搞得晕头转向，以至于忙乱之中，误将索尼彩电列入“待交货”名单，这使得经理大为恼火。当卯木肇第 6 次镇静自若地走进马希利尔公司时，经理终于被说动了心，不得不同意代销索尼彩电。

至此，日本索尼彩电终于挤进了芝加哥市的“带头牛”商场。由于有“带头牛”开路，“群牛”便争相跟随。芝加哥地区的 100 多家商店都纷纷要求经销索尼彩电。如此不到 3 年，索尼彩电在美国其他城市的销路也随之打开。



好的经营战略，往往是受到生活细节的启发而提出来的，关键在于你是否时时用心思考了。



原价销售术



岛村芳雄是日本东京岛村产业公司的董事长，他原先在一家包装材料厂当店员，后来改行做麻绳生意。他做麻绳生意时，创出商界著名的“原价销售术”。

岛村的原价销售术很简单，首先他以5角钱的价格到麻绳厂大量购进麻绳，然后按原价卖给东京一带的工厂。完全无利的生意做了一年后，“岛村的绳索确实便宜”的名声远播，订货单从各地雪片般飞来。此时，岛村开始按部就班地采取行动，他拿购货收据前去订货客户处投诉说：“到现在为止，我是一毛钱也没有赚你们的。但是，这样让我继续为你们服务的话，我便只有破产一条路可走了。”这样与客户交涉的结果，是客户为他的诚实所感动，愿把交货价格提高为5角5分。同时，岛村又到麻绳厂商洽：“你们卖给我一条5角钱，我一直是原价卖给别人，因此才得到现在这么多的订货。如果这赔本生意让我继续做下去，我只有关门倒闭了。”厂方一看他开给客户的收据存根，大吃一惊。这样甘愿不赚钱的生意人，麻绳厂还是第一次遇到，于是毫不犹豫地一口答应他一条麻绳算4角5分。

如此一来，以当时一天1000万条的交货量计算，他一天的利润就是100万日元。创业两年后，他就成为誉满日本的生意人。岛村的成功，不能不说是他巧用了敢于自己吃亏的“原价销售术”。



在销售上要找到最能有效地实现企业利润的方法。日本商人有个特点就是敢于打破常规，敢于承担一时的损失。



冷门即是热点



从来没有人想到，小小的纸盒也能赚大钱。赚惯大钱的东京人对做纸盒这样的小生意向来是不屑一顾的，特别是书套纸盒这类玩意儿，价格低廉，又没多少利润，一般人不会涉足这个行业。所以，纸盒行的老板们把它推给书籍装订商，而书籍装订商却又把它踢回了纸盒行。

书套纸盒太难做了，外观要求高雅漂亮，特别是尺寸要求不像水果包装盒那么宽松，也不像糕点盒那样留有较大的余地。必须要求书籍跟书盒十分吻合，稍有差异，那就是废纸一堆。

面对如此难题，日本东京有一个“傻瓜”却看到了创业的曙光。这“傻瓜”的憨傻之处，正是那些精明人疏忽之处。也就是说，这正是市场饱和期一个新的经济增长点。

既然大伙儿对做书套纸盒避之唯恐不及，那么就说明这一市场空间没有任何人前来挤占。只要自己能好好把握，就能大赚一笔。于是，这个叫长泽三次的年轻人出手了。

众人对做书套纸盒兴趣缺乏，主要是因为它的制作要求太高，耗时费工。即使自己掌握了诀窍，可是投入的成本太高，那还不是等于拿了个烫手的山芋？

可是长泽三次却想了个主意，把这套烦琐的工序简化，把难事变简单了。他首先将书套纸盒的制作程序分解。他发现，看似烦琐的程序中，只有1/10的部分需要熟练的技术，而对于其余部分，任何一个没有经过专业训练的家庭妇女都会做。把握了这一关键，这生意也就属于他了。

独具慧眼的观察力，一次技术分解的秘密，使得人人退避三舍的行业变成了一个通过简单技术就能发财的热门行业。

没几年，一无所有的长泽三次便坐上了全日本书套纸盒制业的第一把交椅。随着审美要求近乎苛刻的日本人对书籍包装要求更高，长泽三次的公司行情也更加看涨。



这个充满戏剧性的故事带给有志者这样的启迪：只有眼光独到，看得深远，才能发现赚钱的目标。

只需模仿就能发财



古川久好是日本一家公司中地位不高的小职员，平时的工作是为上司干一些文书工作，跑跑腿，整理报刊材料等。工作很辛苦，薪水却不高，他总琢磨着要想个办法赚大钱。有一天他在收音机里听到一条介绍美国商店情况的专题报道，其中提到了自动售货机：“现在美国各地都大量采用自动售货机来销售货品，这种售货机不需要雇人看守，一天 24 小时可随时供应商品，而且在任何地方都可以营业。它给人们带来了方便。可以预料，随着时代的进步，这种新的售货方法会越来越普及，必将被广大的商业企业采用，消费者也会很快接受这种方式。前途一片光明。”

古川久好想：“日本现在还没有一家公司经营这个项目，但将来必然会迈入一个自动售货的时代。这项生意对于没有什么本钱的人最合适。我何不趁此机遇钻一个冷门，经营此新行业。至于售货机里的商品，应该搜集一些新奇的东西。”于是他开始向朋友和亲戚借钱购买自动售货机。他筹到了 30 万日元，这笔钱对于一个小职员来说不是一个小数目。他以每台 1.5 万日元的价格买下 20 台售货机，设置在酒吧、剧院、车站等一些公共场所，把一些日用百货、饮料、酒类、报纸杂志等放入售货机，开始了他的新事业。

古川久好的这一举措果然给自己带来了大量的财富。人们第一次见到公共场所的自动售货机感到很新鲜，只需往里投入硬币，售货机就会自动打开，送出所需物品。一般一台售货机中只放入一种商品，顾客可按照需要从不同的售货机里买到不同的商品，非常方便。古川久好的自动售货机第一个月就为他赚到 100 多万日元，他再把赚的钱继续进行投资，扩大经营的规模。5 个月后，古川不仅还



清了借款和利息，还净赚了近2 000万日元。



日本人是善于学习，也是喜欢学习的，简简单单的一个模仿就造就了一个日本富翁。有时候只需要一点点勇气，依葫芦画瓢，财富离你也不是太远。

“引狼入室”的奥秘



利润与风险是共存的。如果一个经营者不敢冒风险，那他的经营只能故步自封、原地踏步。当然，这种冒险也不是盲目的。盲目的冒险，会把你带到万劫不复的深渊。我们这里所说的冒险，是一种睿智的表现，是眼光长远的一种表现，所谓放长线钓大鱼，就是这个道理。

日本著名的阪急店、东电公司、东宝公司的董事长小林一三，曾出任过明治朝廷的商工大臣。此人做生意气魄不凡，有许多经商的绝招。

小林一三年轻时，在大阪市创办手下另一份产业——阪急百货店。照常规，一般生意人都喜欢垄断经营，生怕旁家的店抢了自己的生意。小林一三却一反常态，别出心裁地将市内一家声名远扬的咖喱饭店请进自己新建的“阪急百货店”里来经营，并且请他们把咖喱饭的售价降低四成，这四成的差价由小林一三补偿。

这不是“引狼入室”的赔本买卖吗？百货店的董事和员工们大为着急，认为小林老板一定是受了蛊惑，因此纷纷起来反对，请求老板撤销决定。小林一三手一挥，笑眯眯地说：“你们不必着急，且等着看好戏吧。”

果然，物美价廉的咖喱饭店一开张，很快就引来了大阪市民的热情光顾，消息传得沸沸扬扬：“阪急百货店里有好吃的咖喱饭，不仅味道美，价钱还差不多便宜了一半呢！快去尝尝吧！”于是，顾客冲着这份既好吃又便宜的咖喱饭，从四面八方蜂拥而来，百货店每天挤得人山人海，热闹之极。



而小林一三的百货店生意自然也跟着水涨船高，营业额一下子翻了六倍多。相比之下，他补给咖喱饭店的那一点差价就显得微不足道了。



初看是“引狼入室”，实则是“狐假虎威”！小林一三的这种“借”，是借人气，借他人的口碑来为其宣传，这就是我们常说的口碑效应，有了好的口碑，就不愁你的产品卖不出去。

吃掉吃市场的人



日本松下公司准备从新招的三名员工中选出一位做市场策划，于是，对他们例行上岗前的“魔鬼训练”予以考核。

公司将他们从东京送往广岛，让他们在那里生活一天，按最低标准给他们每人一天的生活费用 2 000 日元，最后看他们谁剩回的钱多。剩是不可能的，这点谁都明白，想要“剩”回的钱多，就必须利用自己的智慧让 2 000 日元的生活费在短短的一天里生出更多的钱来。

做生意是不可能的，一罐乌龙茶的价格就是 300 日元，一听可乐的价格是 200 日元，住一夜最便宜的旅馆就需要 2 000 日元……也就是说，他们手里的钱仅仅够在旅馆里消费一夜，要么不睡觉，要么不吃饭，除非他们在天黑之前让这些钱生发出更多的利润。而且他们必须单独生存，不能联手合作，更不能给人打工。

第一个先生非常聪明，他用 500 日元买了一个黑墨镜，用剩下的钱买了一把二手吉他，来到广岛最繁华的地段——新干线售票大厅外的广场上，演起了“瞎子卖艺”，半天下来，他的大琴盒里已经是装满钞票了。

第二个先生也非常聪明，他用 500 日元做了一个大箱子，上写“将核武器赶出地球——纪念广岛灾难 40 周年暨为加快广岛建设大募捐”，也放在这最繁华的广场上，然后用剩下的钱雇了两个中学生做现场宣传讲演。还不到中午，他的大



募捐箱就满了。

第三个先生真是个没头脑的家伙，或许他太累了，他做的第一件事就是在中午找个小餐馆，一杯清酒一份生鱼一碗米饭，好好地吃了一顿，一下子就消费了1500日元。然后，他钻进一辆被当做垃圾抛掉的旧丰田汽车里美美地睡了一觉……

广岛人真不错，两个先生的“生意”异常红火，一天下来，他们都窃喜自己的聪明和不菲收入。谁知，傍晚时分，厄运降临到他们头上。一位佩戴胸卡和袖标，腰挎手枪的城市稽查人员出现在广场上，他扔掉了“瞎子”的墨镜，摔碎了“瞎子”的吉他，撕破了“募捐人”的箱子并赶走了他雇的学生，没收了他们的财产，收缴了他们的身份证，还扬言要以欺诈罪起诉他们——然后扬长而去。

这下完了，别说赚钱了，连老本都亏进去了。他们都气愤地骂那个稽查人员：“太黑了，简直是个魔鬼！”

当他们想方设法借了点路费，狼狈不堪地在比规定时间晚一天返回松下公司时——天哪，那个“稽查人员”正在公司恭候。“稽查人员”掏出两个身份证递给他们，深鞠一躬：“不好意思，请多关照！”

是的，他就是那个在饭馆里吃饭，在汽车里睡觉的第三个先生。他的投资是用150日元做了一个袖标、一枚胸卡，花350日元从一个拾垃圾老人那儿买了一把旧玩具手枪和脸上化装用的络腮胡子，当然，还有就是花1500日元吃了顿饭。

这时，松下公司国际市场营销部总课长官地孝满走出来，一本正经地对站在那里怔怔发呆的“瞎子”和“募捐人”说：“企业要生存发展，要获得丰厚利润，不仅仅要会吃市场，最重要的是懂得怎样吃掉吃市场的人。”



不是吗？真正聪明的投资者便是那些用最巧的方法赢得最大利益的人。他们深谙竞争的法则，懂得将市场和竞争对手一起“歼灭”，这就是人们惯常所说的“赢家通吃”规则。

第18辑

引领世界潮流的商业眼光： 欧洲人的赚钱故事

欧洲人经商颇有些戏剧色彩，他们非常友好礼貌，他们的故事幽默连篇而又没咄咄逼人之感，这似乎成为欧洲商人的一种标志性风格，他们的经营之道永远朝着合作双赢的方向发展。



托马斯的圈套



英国的皮鞋商托马斯有一次受印度尼西亚一位皮鞋制造商的委托，到巴黎去开辟市场。此前，他已经对有关情况进行了了解。他认为这种鞋质量上乘、款式别致，一定会受到法国消费者的欢迎，在巴黎市场上走俏。因此，他愉快地接受了任务。

一到巴黎，他就立即去见皮鞋销售商奥斯卡丽有限公司的总裁密特特朗先生。他深知密特特朗先生是商场老手，城府极深，便决定采取装憨卖傻、先退后进的办法。

果然，密特特朗先生极难对付，一开始洽谈就拼命杀价，在订契约的时候，又把价钱杀到了最低。等到交货的时候，他又趁机第三次杀价，并提出要分期付款。面对密特特朗的步步进逼，托马斯却大智若愚。他先是一步一步地退让，满足密特特朗的要求，无形中麻痹了这位总裁的意志，使他误认为托马斯是刚“上道”的“愣头青”，放松了警惕。契约签订后，货物运来的时候，密特特朗依旧把托马斯当做毛头小子，再次提出杀价。

谁知托马斯一反常态，坚决地说了个“不”字，并提出按先前的契约向密特特朗索赔。直到这时，密特特朗才知道自己小看了这个小子，中了他的圈套，但此时他已无力回天，不得不按托马斯的新报价接受了这批货物。由于这些皮鞋物美价廉，正如托马斯所料，很快就风行法国，并且也在欧洲市场站稳了脚跟。



当力量对比悬殊时，可以采取以退为进的策略，正所谓“长期埋伏，隐蔽精干，积蓄力量，以待时机”。



“北欧风情”进军中国



1993年夏天，25岁的丹麦青年李曦来到上海淘金。这位复旦大学的留学生折腾了大半年后仍一无所获，走投无路之际，老同学提醒他：“你不是擅长吹萨克斯吗？干吗不先用它糊口呢？”当天下午，李曦就在上海卡门夜总会找到了工作，每晚演出收入300元。

温饱无忧之后，他开始反思自己商场折戟的原因，觉得就像眼前只能靠吹萨克斯吃饭一样，应当从自己熟悉的行业入手。他想起刚毕业时曾到非洲采访过一个很有名气的木材商，对方曾拍胸脯说非洲的木材不比北欧的差，但非洲的木材价格就是卖不上去。他迅速查到那个木材商的地址，向对方发出传真，对方很快有了反馈。然后，他又打电话给上海所有的木材厂，终于落实了一笔200万美元的合同。一个月后，生意成功，他赚了个钵盈盆满。

此后，李曦又将目光瞄向了家乡丹麦的著名产品。他发现，随着上海的进一步开放，越来越多的外国人入住上海，同时许多家庭搬迁新居，如果把高品质的丹麦家具打入中国老百姓的家庭，定能填补市场的空白。不久，一组名为“北欧风情”的系列家具迅速占领了上海乃至北京、深圳、大连等地市场。至2000年年底，李曦已经创出9亿元的资产。



因为“无”，才会被“有”所吸引，因为存在“缺少”的，才有了充实的空间。陌生往往就伴随着神奇、商机和灵感。只要善于转换和把握，就能产生实实在在的收益。



成功从第一步开始



法国商人帕克从哥哥那里借钱开办了一间小药厂。他亲自在厂里组织生产和销售工作，从早到晚每天工作 18 个小时，然后把工厂赚到的钱积蓄下来扩大再生产。几年后，他的药厂已经极具规模，每年有几十万美元的赢利。

经过市场调查和分析研究后，帕克觉得当时药物市场发展前景不大，又了解到食品市场前途光明，因为世界上有几十亿人口，每天要消耗大量的各式各样的食物。

经过深思熟虑，他毅然出让了自己的药厂，再向银行贷了一些钱，买下了一家食品公司的控股权。

这家公司是专门制造糖果、饼干及各种零食的，同时经营烟草，它的规模不大，但经营品种丰富。

帕克掌控该公司后，在经营管理和行销策略上进行了一番改革。他首先将生产产品规格和式样进行扩展延伸，如把糖果延伸到巧克力、口香糖等多个品种，饼干除了增加品种，细分儿童、成人、老人饼干外，还向蛋糕、蛋卷等品种发展。接着，帕克在市场领域大做文章，他除了在法国巴黎经营外，还在其他城市设分店，后来还在欧洲众多国家开设分店，形成广阔的连锁销售网。随着业务的增多，资金变得更加雄厚，帕克又随机应变，把周边国家的一些食品公司收购了，使其形成大集团。



如果没有借钱开办的那个小药厂，帕克也许还只是个穷人。创建自己的平台，才能施展才华，走向成功。



永不停止的脚步



迈耶原本只是个推销员的儿子，每日负责送信的工作。一次偶然的机会，他受雇于巴黎的一家小银行——鲍尔银行。迈耶很善于学习，很快，鲍尔银行有个精明的年轻人的消息就传播开了。

1925年，拉扎尔兄弟银行的老板大卫·韦尔看上了迈耶，问他是否愿意加入拉扎尔。迈耶很感兴趣，并希望成为合伙人。

1927年，迈耶如愿以偿地成为拉扎尔的合伙人。但是，迈耶并没有满足这个成就，他的追求是成为一名真正意义上的银行家：为公司出谋划策，安排交易，筹措款项，同时为银行寻找有利可图的投资机会。迈耶认为这种意义上的银行业务才是拉扎尔的主要活动所在。

1928年，迈耶的运气来了——拉扎尔在这年成为雪铁龙汽车公司的主要股份持有者。当时，雪铁龙公司首次向法国汽车工业引进了赊销汽车的办法，这种办法是通过雪铁龙的一家子公司——赊销汽车公司“索瓦克”来实施的。

但是，雪铁龙的老板只把“索瓦克”当做他的汽车促销工具。而迈耶马上想到了“索瓦克”更多的用途，比如赊销家用器具，甚至房屋，等等，他建议由拉扎尔联合另外两家银行买下“索瓦克”，把它变成一个基础宽广的消费品赊销公司。

雪铁龙的老板认为迈耶的建议对他没有坏处只有好处，“索瓦克”将继续销售雪铁龙汽车，不销售其他汽车，还将从事其他领域的业务。“索瓦克”的转手，使雪铁龙不必再为开办这家相当于银行的公司提供资金，这对于资金来源相当吃紧的雪铁龙来说，是备受欢迎之举。

在而立之年，迈耶成功地策划了他的第一笔大买卖。



成为大银行的合伙人，估计很多人到这一步，都会沾沾自喜，心满意足。而迈耶并没有满足，他追求的是更高的一个发展层次，要成为一名真正意义上的银行家为银行寻找有利可图的投资机会。相信只有这样的人，他的财富路才会越走越远。



罗斯柴尔德家族的信息网



罗斯柴尔德家族信息网遍布西欧各国。这种分布使这个家族较易于获得情报信息，也使各种信息具有特别重大的价值：在一地已经过时的消息，在另一地可能仍有巨大的商业价值。为此，罗斯柴尔德家族特地组织了一个专为其家族服务的信息快速传递网，在交通和通信尚没有今天这般便利快捷的时代，这个快速传递网着实发挥过一些作用。有一次，罗斯柴尔德为了获取信息，亲临火线，并当了一回快件传递员。

19 世纪初，法国和欧洲联军苦苦作战，战局变化不定，谁胜谁负，一时难以判断。后来，联军统帅英国人惠灵顿将军在比利时发起了新的攻势，开始阶段打得非常糟糕。为此，欧洲证券市场上的英国股票很疲软。

这时，在伦敦的罗斯柴尔德为了了解战局的走向，专程渡过英吉利海峡，来到法国打探战况。当战争发生逆转，法军败局已定之时，罗斯柴尔德马上动身，赶在政府急件传递员之前几个小时回到伦敦通报消息。罗斯柴尔德家族靠信息的便利而占了先机。他们动用了大笔资金，乘英国股票尚未上涨之际，大批吃进。短短几小时后，政府公布联军胜利的消息，股价直线上升，转眼之间罗斯柴尔德就发了一笔大财。



希伯来语中的“语言”一词，包含着“产品”、“经营活动”和“信息”三层意思。欧洲人素来对信息敏感，也许是在不知不觉中受到这一词汇的暗示。在他们的眼里，世界上最宝贵的东西莫过于信息。



从“变”中找生意



斯堪的纳维亚民航联运公司（北欧航联）是瑞典、挪威和丹麦三个北欧国家将其航运公司合并联营而成立的。

从20世纪60年代开始，民航的客运量保持了稳定的增长，那些沉迷于斯堪的纳维亚半岛秀丽风光和良好的滑雪场地的游客，为北欧航联带来了源源不断的财富。

然而好景不长。自20世纪70年代末始，客运市场突发大变，北欧航联也和其他国家的航运公司一样，逃脱不了一连串的经济打击，1979年至1981年，北欧航联从每年赢利1700万美元变为亏损1.7万美元，这种翻天覆地的变化令人瞠目结舌。

由于世界范围内的民航业普遍萧条，致使欧洲各国的航空公司不得不展开激烈角逐。

北欧航联一开始采取的一些措施不尽如人意。乘客数量持续下降，亏损不止，公司为减少成本采取的若干措施都走进了死胡同。无奈之下，公司董事会对公司的领导班子进行了全面的调整，41岁的杨·卡尔森被任命为航联的总经理。

卡尔森上台之后，针对北欧航联的状况，制订出一整套革新方案。他认为，要改变公司的现状，实现经济的根本好转，立足点不应该放在压缩成本上。压缩成本是有限的，是在激烈经济竞争中采取的消极措施。要在乱中求胜，在竞争中脱颖而出，必须采取积极的措施。在卡尔森看来，这种积极措施就是努力开拓财源，“招徕顾客，高于一切”，只有拥有一大批稳定的顾客，才有在竞争中求胜的基础。

卡尔森要做的，不是去“杀鸡取卵”，而是在招徕顾客方面大量投资，借鸡生蛋。

当时北欧航联的乘客，大致可分为两大类：一类是由于商业需要，往返于欧洲各地的商人；另一类是到北欧游玩、滑雪和登山的旅客。由于北欧各国大力扶持旅游业的发展，对那些前来旅游的旅客给予各方面优待，游客可以通过旅游公司预订客机的座位，并且购买机票可以享受五折的价格优惠；而那些商人则需花两倍于旅游者的价钱，才能享受与旅游者相同的待遇。

尽管北欧航联的乘客中，旅游乘客占绝大多数，商业乘客只是一小部分，卡尔森却敏锐地发现了这一特点。他决定抓住这为数很少的乘客，以此为突破口，



开展他的工作，以期恢复公司信誉，招徕更多的顾客。

经过与董事会的再三协商，卡尔森终于得到一批资金并用它开设了欧洲商业旅客专用舱，取名“欧洲舱”，也就是取消头等舱，而把商业乘客集中安置在与二等舱隔开的机舱前部。

“欧洲舱”的设立，给商业乘客带来了许多方便，赢得了这部分乘客的好感。而航联针对商业乘客职业特殊性所采取的一系列措施也为越来越多的人所知道，从而吸引了越来越多的商业乘客。

仅1982年，“欧洲舱”的旅客人数就增加了8%，当年的收入提高了25%，抵消了财政赤字。



做大生意，从本质上讲，是一种“变”的哲学。“穷则变，变则通”，实乃千古不易之理。这一哲学思想体现在企业的追求和奋斗上，就在于审时度势，善于调整，不断理顺和规范成功所必需的各种要素。谁能见微波而知暗流，闻弦歌而知雅意，在顺利时预见危机的端倪，在困难时洞见希望的曙光，谁就能将时机变成财富，把机遇化为成功。

第 19 辑

遥远而经典的经商玉律： 古巴比伦商人的赚钱故事

在节俭、理财计划和个人财富方面，古巴比伦商人这个群体被公认为伟大的典范。他们奇妙的财富故事能带人们通向一条繁荣富足的道路，引领人们穿越整个人生。



古巴比伦富翁的七大秘诀



曾经有人向古巴比伦第一富翁请教致富秘诀，他告诉那人发财有七大秘诀：

第一秘诀：当你的钱袋里有 10 元钱时，最多只能花掉 9 元钱。

第二秘诀：一切花费都须有预算，人们应当把钱花在正当的事物上面。

第三秘诀：使每一块钱都替你挣钱，让金钱源源不断地流入你的钱袋。

第四秘诀：投资一定要安全可靠，这样才不会丧失财富。

第五秘诀：拥有自己的住宅。正如古巴比伦国王用雄伟的城墙围绕城市，有坚定发财意志的人一定有能力建立自己的家园。

第六秘诀：为了防老和养家，应该尽早准备必需的资金。

第七秘诀：培养自己的力量，从学习中获得更多的智慧，这样就会有自信去实现自己的愿望。

听完富翁的秘诀后，此人并不能明白，他想，这些如何能使一个人摆脱贫困，走向富裕呢？于是，他把他的疑问向富翁继续提出来。富翁继续解释道：

“第一秘诀可称为‘十分之一’储蓄法，其思想就是：不要让支出大于收入。花掉的钱只能换来衣食，而存下的钱却可以生出更多的钱。

“第二秘诀教人们如何花钱，不要把支出和各种欲望搅在一起。预算使你有钱购买必需品，使你有钱得到应得的享受，也使你不至于在对欲望的无限追求中弄得入不敷出。

“第三、第四秘诀是教人们投资，以及怎样投资。应该注意的是，在投资之前必须认识到其风险性——为求高利而冒险投资是不可取的。

“第五秘诀强调的是产业和财富对人的成功有着巨大的积极意义。古语说：‘无恒产则无恒心。’当人们拥有自己的家园和产业时，才会因自豪而珍惜，才会更有信心，更加努力。

“第六秘诀的实质是：为将来投资。在古代，通常的方式是把钱财埋藏起来，时至今日，我们已经有了更好的选择：投资于多种保险事业。

第19辑 遥远而经典的经商玉律：古巴比伦商人的赚钱故事



“第七秘诀与前面六条不同，它讨论的主题不是金钱，而是金钱的主人。不是每个人都能赚到钱的。要做到这一点，你必须有强烈的信念和欲望，必须不断充实自己，必须不断进步。”



这七大秘诀的实质是教人们怎样和金钱打交道：如何赚钱，如何存钱，如何花钱。可谓言简意赅，我们现代商人应该把它奉为理财的金科玉律。

让你的金钱流动起来



在古代的巴比伦城里，有一位名叫亚凯德的犹太富翁，因为金钱太多的缘故，所以闻名遐迩。而使他成为一位知名人士的另一原因，就是他慷慨好施，他对慈善捐款毫不吝啬，对家人宽大为怀，他自己用钱也很大度，可是，他每年的收入却大大超过支出。

自然，有一些童年时代的老朋友们常来看他，他们说：“亚凯德，你比我们幸运多了。我们大伙勉强糊口的时候，你已成为巴比伦全城的第一富翁，你能穿着最精致的服装，你能享用最珍贵的食物。如果我们能让家人穿着可以见人的衣服，吃着可口的食物，我们就心满意足了。”

“然而，幼年时代的我们，大家都是平等的，我们都向同一老师求学，我们玩相同的游戏，那时无论在读书方面或在游戏方面，你都和我们一样，毫无才华出众之处。幼年时代过去以后，你还和我们一样，大家都是同等的诚实公民。然而现在，你成了亿万富翁，我们却终日不得不为了家人的温饱而四处奔走。”

“根据我们的观察结果，你做工并不比我们辛苦，你做工的忠实程度也未超过我们。那么，为什么多变的命运之神，偏偏让你享尽一切荣华富贵，却不给我们丝毫的福气呢？”

亚凯德于是规劝他们说道：“童年以后，你们之所以没有得到优裕生活，是



因为你们要么没有学到发财原则，要么没有实行发财原则。你们忘记了：财富好像一棵大树，它是从一粒小小的种子发育而成的。金钱就是种子，你越勤奋栽培，它就长得越快。”



金钱是一种可即刻伸缩的能源，让它流动起来，那它就是你的摇钱树。然而，有些人刻意地扼杀金钱天生具有的扩张魔力，将其储存起来。这样做除了阻碍金钱的流动之外，还能给自己带来什么好处呢？你将永远无法享受金钱带来的快乐。

年轻人的故事



古巴比伦最富有的商人阿卡德被尊崇为创富的典范，有许多人向他请教致富的方法。于是他每天日落后都召开一个座谈会，让大家彼此分享财富经验。这天晚上，有一个人开口讲述了关于自己的一段经历：

“许多年以前，那时我还是个年轻人，刚刚娶了妻子，生意也有了不错的开始。有一天父亲来找我，热切地让我加入一项投资。他一个好朋友儿子看中了离我们城市很远的一块土地，地势高出运河很多，没有水可以淹到。

“我父亲朋友的儿子计划买下这块土地，在那里修建3个巨大的水车，用牛拉动，把水提升到这块肥沃的土地上来。在这之后，他计划把土地分成小块，卖给城里的人种植。

“我父亲朋友的儿子没有足够的本钱来完成这个计划，他和我一样也是个有着不错收入的年轻人。他的父亲和我父亲一样也拥有一个大家庭和小康的生活。所以，他决定和其他人一起来实行这个计划，结果一共召集了12个人，其中每一个人都有自己的收入并且同意将其中的1/10拿出来投资，直到积累到足够的钱来买下那片土地。然后，所有的人都将按照各自的投资得到分成。

第19辑 遥远而经典的经商玉律：古巴比伦商人的赚钱故事



“‘我的儿子，’我父亲对我说，‘你现在已经是成年人了，我非常希望你开始为自己谋求一份有价值的地产，好使自己成为一个受尊重的人。我希望自己的教训能够给你一些帮助。’‘我也希望从您那里得到指导，我的父亲。’我回答他。

“‘那么，这就是我的建议。做我在你这样的年纪应该做的事。从你的收入里拿出1/10进行明智的投资。这样，你就可以在到我这样的岁数之前拥有自己的一份地产了。’

“‘您说得很对，我的父亲。我也很想得到财富。但是我的收入得用来做许多其他的事情。所以，我不能肯定能按照您的建议做。我还年轻，还有很多时间。’

“‘我在你这样的年纪时也是这样想的，但是，许多年过去了，你看我现在还没有开始行动。’‘我们生活的时代不同了，我的父亲。我会避免再犯你的错误。’

“‘机会就在你面前，我的孩子。你可能因此而发达。我请求你不要拖延。明天就去找我朋友的儿子，和他商量让你也加入投资，拿出你收入的1/10与他合伙。明天一早就去。机会不等人，今天还有机会，但它很快就会过去，所以千万不要拖延！’

“虽然父亲再三催促，我还是犹豫不决。商人们刚刚从东方运来漂亮的新袍子，我和我的妻子想每人买一件。如果我加入合伙投资的话，我们就不能买这些袍子了，而且还要放弃我们想要的许多其他乐趣。我迟迟没有决定，最后终于来不及了，我为此后悔不已。合伙投资的丰厚利润超出了任何人的想象。这就是我的故事，我就这样让好运白白溜掉了。

“后来，我反复思考这个过程，认为自己如果还是这样裹足不前的话，我的后半生一定会越来越穷。于是在那以后的岁月中，我再也没有放弃过一次获得财富的机会。”



每个人都会有好运临头的时候，然而只有那些愿意抓住机会的人才能享受到好运。要获得财富总得有投资的勇气。



黏土板上的 5 个法则



我们都知道，按照古巴比伦的习俗，富有的父亲总是把儿子留在身边，好让他们以后继承自己的财产。但阿卡德却对这个习俗不以为然，所以，等诺马瑟到了成年的时候，阿卡德就把这个年轻人叫来，对他说：“我的儿子，我希望你能继承我的财产。不过，你必须首先证明自己有能力和管理好它。所以，我想让你到外面的世界去用自己的本领创造财富。

“为了让你有个好的开始，我将给你两样东西。

“首先，我要给你一袋金子。

“另外，我要给你这块黏土板，上面刻着 5 个黄金法则。只要你按照这 5 个法则去做，它们就能带给你力量和安全。

“10 年后，你再回到这里，把你的情况报告给我。如果你能证明自己可以担重任的话，我就会让你成为我财产的继承人。”

于是，诺马瑟把黏土板包好，带上他的金子，和他的奴隶一起骑着马上路了。

10 年过去了，诺马瑟如约返回了家，他向父亲讲述他的状况：

“一开始我去了尼尼微，我加入一个商队，有两个人合起来骗我入赌局，我上当了。而后不久我又接受了另一个教训。我与一个富商的儿子合伙做一笔买卖，可不久他就暴露了他大手大脚花钱，而且做事极不细心的缺点，于是我与他分道扬镳了。而生意也陷入了困境，贫穷在向我逼近，我只好卖掉了一切值钱的东西来维持生计。

“幸好我想起了您，给我的黏土板上面刻着的 5 个黄金法则，我轻声细读起来：

“‘一个人只要坚持从他的收入中拿出至少 1/10 用来为他的将来和他的家人创造财富，金子就会源源不断、越来越多地流入他的手中。

“‘金子会为那些懂得如何使用它们的人忠实而勤恳地工作，像田地里的牲口一样为主人带来更多的财富。

“‘那些在投资的时候谨慎行事、向行家求教的人才能牢牢地保护好自己的金子。

第19辑 遥远而经典的经商玉律：古巴比伦商人的赚钱故事



“那些对自己不了解的生意投资，或者不听从行家建议的人将失去他们的金子。”

“不现实地投资、听信骗子的花言巧语，以及轻信自己无知幻想的人都会在投资中失去自己的金子。”

“按照这些法则，我一步一步地又站了起来。我做了精细的计划，并且有了严谨的工作和生活态度，最后把您给我的金子赚了回来，并将它翻了一倍。”

父亲爱怜地把手放在儿子的头上，说：“你学得很好，我有你这样出色的继承人真是幸运。”



诺马瑟几乎用了大半生时间才领略到父亲的创富法则，而我们有幸的是，这5个法则现在清晰明了地摆在我们面前，如果我们用心去体会这5个黄金法则，并好好利用它，就可能得到更多的财富。

骆驼商人达巴瑟



谁也想不到古巴比伦最著名的骆驼商人达巴瑟原本当过奴隶。有一次，他为了教训一个不求上进的年轻人，这样开始叙说他的故事：

“年轻时候因为经常赊账，生活无法维持，我被迫离开巴比伦，到其他城市。我加入一个商队，然而一事无成，后来我竟加入了一伙沙漠中的强盗。第一次抢劫还算成功，然而很快，那些抢来之物被挥霍一空。第二次抢劫就没那么幸运了，我们被抓住，卖为奴隶。”

“我被卖到叙利亚，为一个沙漠头领的妻子牵骆驼。那个女人叫西拉。”

“一天我领着她的骆驼走了很远的路去看望她生病的母亲。我告诉她我并非生来就是奴隶，而是个自由人的儿子，我的父亲在巴比伦是个受人尊敬的鞋匠。我又给她讲了我的经历。她的评语让我感到很不舒服，她说：‘如果是你自身的



弱点使你沦落到现在的地步，你又怎么能说自己是个自由人呢？一个有着奴隶般灵魂的人不论出身如何，总是会成为奴隶的，这就像水往低处流一样，难道不是吗？一个拥有自由灵魂的人即使遭到了不幸，也终究会在自己的城市里成为受人尊敬的人，不是吗？’

“不过从那天起，我就一刻不停地思考着一个问题：‘我是不是有一个奴隶的灵魂？’”

“一年后的一天，西拉决定给我一个悔改的机会。她悄悄为我准备了骆驼和食物。我逃跑了。之前她问我：‘达巴瑟，你的灵魂是奴隶的，还是自由人的？’我坚定地回答：‘我的灵魂是自由人的。’”

“怀揣着我复苏的信念，我忍住了饥渴的折磨，走完了漫长的旅程。回到巴比伦，我拜访了所有的债主，恳求他们耐心地等我挣到足够的钱来偿还他们。大多数债主都很高兴地接待了我，也有几个人对我痛骂斥责，但是其他人都愿意帮助我。其中有个人给了我我最急需的帮助，他就是借贷商人马顿。他听到我说自己在叙利亚时照看过骆驼，就把我带到了老内巴特那里，他是一个骆驼商人，刚刚接受国王的命令为远行购买大批骆驼。我对骆驼的了解在他那里派上了很好的用场。渐渐地，我还清了所有的债务。最终，我可以再一次挺胸抬头地做一个受人尊敬的人了。”



在发现了一个伟大真理的时候找到了自己的灵魂，而这个真理在他之前就被许许多多聪明人领悟了。

这个真理引导着各个时代的人们走出金钱困境，迈向成功，而且将继续指引那些能够理解其魔力的聪明人。它就是：有志者，事竟成。



好心的驴子



马顿为了让罗丹明白借钱助人要谨慎的道理，向罗丹讲了那个尼尼微农夫的故事：

“这个能听懂动物谈话的农夫每天晚上都在农场的院子里走来走去，听动物们都说些什么。有一天晚上，他听到一头牛对一头驴子抱怨自己的命运：‘我从早到晚都在辛苦地犁地。不论天气多么热，我的腿多么累，还是被犁套磨破了脖子上的皮，我都得干活儿。但是你却能享受清闲。你背上搭着漂亮的毯子，只要送主人去他想去的地方就可以了。在他不出门的时候，你可以整天休息，吃鲜美的青草。’

“虽然这个时候驴子的脚正疼得要命，但它还是很好心地同情牛。‘我的好朋友，’他回答说，‘你确实很辛苦，为了让你不那么受罪，我要告诉你一个偷得一日清闲的办法。等早上奴隶们来拉你去套犁的时候，你要躺在地上，不断地哀号，这样他们就会说你病了，不能干活儿。’

“于是牛听从了驴子的建议，第二天早上奴隶们就到农夫那里，告诉他，牛病了，不能拉犁。

“‘那么就让驴子拉犁吧，’农夫回答说，‘现在不能停止犁地。’

“驴子本来想帮助自己的朋友，结果却一整天都得替牛干活儿。到晚上卸下犁之后，驴子非常生气，他的腿几乎站不住了，脖子也被犁套磨得火辣辣地疼。

“农夫在牲口棚里逗留了一会儿，听它们说些什么。

“牛先开了口：‘你真是我的好朋友，因为你的好主意，我才得了一天的清闲。’

“‘而我呢，’驴子说，‘我和许多头脑简单的人一样，本来想帮朋友，结果却得去替你干活儿。从今以后，你还是拉你的犁吧，我听主人说，如果你再生病的话，就让人把屠夫叫来。我真希望他这样做，因为你是个懒惰的家伙。’从此他们谁也不理睬谁了，这件事结束了它们的交情。”

“这个故事很有趣，”罗丹回答，“但是我听不出其中有什么道理。”



“我想你也听不出。但是这其中的确有道理，而且很简单。那就是：如果你想借钱给朋友帮他的话，不要选择一个会让你自己反受其累的方法。”



无论多亲密的朋友，一旦借钱给他，他却让你替他承担包袱，那将会毁掉自己的钱财以及你们之间的友谊。

做生意的另一种诚实



有一个贫穷的妇人到集市上去卖苹果。本来她的苹果在集市上是最好的，但因为她没有对顾客宣传这一点，所以整整一天，她的苹果一个也没卖出去。

到了集市要散的时候，一个尼尼微商人来到她的摊位前。弯下身子把苹果观察了一番，然后拿出一个苹果大声吆喝：“谁想买这最好的苹果？谁想买这最好的苹果？谁想买这最好的苹果？”

三声过后，苹果摊位就被人们包围了，他们抢购这最好的苹果，以至于价格被抬高到了原价的三倍。

苹果被卖得一个不剩了，商人这时在高处向众人说：“善人们，你们如果从商，必得坚守诚信。如果你们的商品有缺陷，你们要高声宣传出来；如果你们的商品是市场上最好的，也要大声宣传它是最好的。”

“它是最好的就是最好的，为什么还要宣传呢？”一个年轻人不解地问。

“你如果不宣传出来，顾客就会去选购不好的商品，把市场上最差的商品带回家。你不宣传出来，就是帮助奸诈的商人欺骗顾客啊！”尼尼微商人回答道。



当你的商品有缺陷时，老实向买家坦白，这是一种诚实；
当你的商品很优秀时，高声宣传出来，这也是一种诚实。



阿卡德最后的醒悟



阿卡德原来从事雕刻陶砖的工作，有一天，一位有钱人欧格尼斯来向他订购一块刻有法律条文的陶砖，阿卡德说，他愿意连夜雕刻，到天亮时就可以完成，但是唯一的条件是欧格尼斯要告诉他致富的秘诀。

欧格尼斯同意了，因此到天亮时，阿卡德完成了陶砖的雕刻工作，欧格尼斯兑现了他的诺言，他告诉阿卡德：“致富的秘诀是：你赚的钱中有一部分要存下来。财富就像树一样，从一粒微小的种子开始成长，第一笔你存下来的钱就是你财富成长的种子，不管你赚得多么少，你一定要存下 $1/10$ 。”

一年后，当欧格尼斯再来的时候，他问阿卡德是否有照他的话去做，把赚来的钱省下 $1/10$ 。

阿卡德很骄傲地回答，他确实照他的方法做了，欧格尼斯就问：“那存下来的钱，你如何使用呢？”

阿卡德说：“我把它给了砖匠阿卢玛，因为他要旅行到远地买回菲利人稀有的珠宝，当他回来的时候，我们将把这些珠宝卖很高的价格，然后平分这些钱。”

欧格尼斯责骂说：“只有傻子才会这么做，为什么买珠宝要信任砖匠的话呢？你的存款已经泡汤了！年轻人，你把财富的树连根都拔掉了，下次你买珠宝应该去请教珠宝商，买羊毛去请教羊毛商，别和外行人做生意！”

就如同欧格尼斯所说，砖匠阿卢玛被菲利人骗了，买回来的是不值钱的玻璃，看起来像珠宝。阿卡德再次下定决心存下所赚的钱的 $1/10$ ，第二年，当欧格尼斯再来的时候，他又询问阿卡德钱存得如何？

阿卡德回答：“我把存下来的钱借给了铁匠去买青铜原料，然后他每四个月付我一次租金。”

欧格尼斯说：“很好，那么你如何使用赚来的租金呢？”

阿卡德说：“我把赚来的租金拿来吃一顿丰盛大餐，并买一件漂亮的衣服，我还计划买一头驴子来骑。”

欧格尼斯笑了，他说：“你把存下的钱所衍生的子息吃掉了，你如何期望他



们以及他们的子孙能再为你工作，赚更多的钱？当你赚到足够的财富时，你才能尽情享受而无后顾之忧。”

又过了两年，欧格尼斯问阿卡德：“你是否已达到梦想中的财富？”

阿卡德说：“还没有，但是我已存下了一些钱，然后钱滚钱，钱又滚钱。”

欧格尼斯又问：“那你是否还向砖匠请教事情？”

阿卡德说：“有关造砖的工作请教他能得到很好的建议。”

欧格尼斯说：“你已学会了致富的秘诀。首先你学会了从赚来的钱省下钱，其次你学会了向内行的人请教意见，最后你学会了如何让钱为你工作，使钱赚钱。你已学会如何获得财富，保持财富，运用财富。”



早在8000年前的古巴比伦人就指出：“成功的人都善于管理、维护、运用、创造财富。”致富之道在于听取专业的意见，并且终生奉行不渝。

第20辑

取予得当的超人智慧： 中国历史上的赚钱故事

中国具有悠久历史，作为“士农工商”四民之一的“商”，一直是推进社会经济发展的不可或缺之力量。明清时期以地域为中心、以血缘为纽带的高帮的传奇崛起，更为中国的经商历史画卷平添了一抹亮色。



人弃我取，把“冷板凳”坐热



展玉泉父辈常年做盐生意。然而当时私盐大量入境，导致沧州盐业举步维艰。大多数商人纷纷离去，展玉泉的父亲准备效仿——离开沧州。

然而，展玉泉却果决发言：“此举不可取。”

父亲不知其意便问：“因何不可取？”

展玉泉有条不紊地分析了当时的时局，并说出了如下理由：

1. 导致如今私盐之风日盛的原因，主要是由于盐官失政——在其位不谋其政，从中以公肥私而造成的。

2. 开中制乃为军事目的所设，是朝廷财政军费开支的重要来源，开中制一旦收不到应有的效果，势必会影响朝局，那么朝廷为保江山必会下大力度改革现有的开中制所存在的弊端，也就是整顿现有盐制。

3. 现有盐制一经整顿之后，必会出现一个崭新的局势，现有盐区销量格局会被打破，出现重分格局之势。

4. 私盐之风被整顿之后，官盐会再度热销，就沧州的地理位置及各方面的因素综合起来看，会重新成为热销区，绝对会恢复到以往的昌盛局面，甚至会超过以前的繁荣局势。

5. 从当前各方面的迹象来看，沧盐再度繁荣昌盛的局面已处于萌芽状态，可以说现处于黎明前的黑暗阶段，但很快就会形成热销的大气候。

6. 沧盐一旦热销，可获得大利时，众盐商就会削尖脑袋往此里钻，此时，谁的客户多，谁就能争得市场，只有争得市场才能使得财富滚滚而来。

所以，我们何不借此机会，多争得一些客户的信任，提高我们的知名度，为我们的财富大厦打下更深的地基呢？地基越深，我们的财富大厦就能“盖”得越高。因此，虽然我们现在在坐“冷板凳”，可一旦把“冷板凳”坐热之后，就可以实现“闭门家中坐，利从天上来”的局势。这就是“冷板凳”谋略的威力。

后来，展玉泉的话果然应验，他的“冷板凳”坐热了，而且温度越升越高。



由于展氏家族在众盐商纷纷离去之际，一直坚守阵地。所以在此期间，赢得了固定的客户群，也就是说有很多老客户。而其他的后来者就不得不开发自己的客户群。



展玉泉“人弃我取”的谋略观使得展家与其他的盐商相比较，具有绝对的客户资源优势，客户资源优势，便意味着市场资源优势，而市场资源的优势便昭示着丰富的利润。

子贡仗义疏财



子贡躬行儒学，克己自律。他追求做人要表里如一，“文犹质也，质犹文也”，既要“贫而乐，富而好礼”，更要“博施于民而能济众”。他经常散发家财救济困窘，连孔子也自叹不如。

《吕氏春秋》中，记述了一个“子贡赎人”的故事。根据当时鲁国法律规定，如果鲁国人在国外沦为了奴隶，有人出钱赎回来，事后可以找国家报销赎金，并且国家还要给予表扬。有一次，子贡到别国做生意，就赎了一个同胞回来，事后却拒绝了鲁国支付的赎金。其人道主义的博大胸怀可见一斑。

鲁哀公十一年（公元前484年），齐国大将田常欲举师伐鲁，地微人寡的鲁国危在旦夕，孔子为了拯救自己的祖国，派子贡说齐救鲁。子贡不辱师命，先后多次周旋于齐、吴、越、晋、鲁之间，大智大勇，凭其三寸不烂之舌，使“十年之中，五国各有变”，成功地制造了“子贡一出，存鲁、乱齐、破吴、强晋而霸越”的千古佳话。他后来长期担任鲁、卫两国宰相之职，成为儒家第一代弟子中至富与至贵者。

后来，有人称赞子贡贤于孔子，他则谦逊地说：“我好比是砌着矮墙的院落，人们站在墙边一眼就能看清屋内所藏；先生则是那高墙深宫，只有走进去，才知富丽堂皇。”

子贡并没有超出儒商的发展规律，即拼搏、成功、奉献三个阶段。在刚开始追求金钱的时候，他也是“穷则独善其身”，把金钱当成一种实现其人生目标



的条件，而在他“家累千金”之后，他也不忘“兼济天下”。

取之社会，用之社会，在回报社会的同时，自己也获得了回报。这就是子贡遵循的经商和做人的原则，也是留给我们后人的精神财富。坚信这一点的儒商，都耻于独富独贵，而喜于乐善好施、捐助公益，因为只有时刻保持这种信念，仗义疏财，才能对社会上存在的诸种不正之风，如拜金主义、金钱至上等起到强烈的抵制作用，才可以使商业的运行更加净化。



一个商人的发展和他的胸怀、责任感成正比。只有具有博大胸怀而富有社会责任感的商人，才能真正成就一番大事业。

作为儒商，挣钱不是最终目标，治国平天下才是最高的理想，而其他的一切则都应该为此目标铺路。儒家思想积极倡导入世，而儒商在经商实践中也应该始终贯穿这一儒学理念，重视道德自律，提倡爱国爱民，明理诚信，对社会具有深重的责任感。在这一点上，儒商鼻祖子贡可谓先行者。

“到处都是财源”



胡雪岩为生丝生意逗留上海，他在上海的基地是裕记丝栈。这天他到裕记丝栈处理生意上的事务，顺便在丝栈客房小憩。他躺在客房藤躺椅上，本想考虑一下自己生意上的事情，无意中却听到了隔壁房中两个人的一段关于上海地产的谈话。

这两个人对于洋场情况及上海地产开发方式都相当熟悉，他们谈到洋人的城市开发方式与中国人极不相同，中国人常常是先开发市面再行修路，市面起来了，走的人多了，便有了路。

但以这种方式进行市面开发，有一个很大的弱点：往往等到要修筑道路，扩

第20辑 取予得当的超人智慧：中国历史上的赚钱故事



充市面的时候，自然形成的道路两旁已经被摊贩挤占，无法扩展。而洋人的办法是先开路，有了路便有人到，市面自然就起来了。当时上海的市面开发就是这种情况。在谈到上面情况之后，其中一人说道：“照上海滩的情形看，大马路，二马路，这样开下去，南北方面的热闹是看得到的，其实，向西一带，更有可为。眼光远的，趁这时候，不管它苇荡、水田，尽量买下来，等洋人的路一开到那里，尽可坐在家里发财。”

两个不相识的人的这一番谈话，使胡雪岩一下子躺不住了。他马上雇了一辆马车，拉上陈世龙一起，由泥城墙往西，不择路而行去实地考察，而且在勘察的路上，就拟出了两个可供选择的方案：第一，在资金允许的情况下，趁地价便宜，先买下一片，等地价上涨之后转手赚钱；第二，通过古应春的关系，先摸清洋人开发市面的计划，抢先买下洋人准备修路的地界附近的地皮，转眼之间，就可发财。

不用说，胡雪岩眼睛盯到上海的地产生意上，又一下子为自己发现了一个绝对可以大发其财的财源。



在善于察看市场的商人看来，随处都是财富，很多东西都可加以充分发挥，从中挖掘资源，只要你的头脑时时保持对机会的敏感度和对金钱的热爱。

太谷曹家的精明掌柜



太谷曹家在沈阳开设的富生峻钱庄中有一位精明强干的掌柜，他平时尽心做事，十分忙碌，很少回太谷老家。光绪年间某日，这位掌柜因家中有事，乘铁轮车由沈阳急返太谷。晓行夜宿赶了两天路程后大车在东北平原上疾驶，掌柜忽觉腹中难受，急令车夫停车，要找地方方便。

此时正值中秋季节，车道两旁的庄稼正是上浆成穗的时候。那高粱秆粗叶壮绿油油一片，长势十分喜人，丰收在望。掌柜钻进高粱地出恭，一边还思忖着钱



庄的生意如何进一步拓展。

他无意间顺手折断了一株高粱，忽然发现粗壮的高粱秆内爬满虫子。他立即提裤起立，连续折断几株高粱观察，结果都是如此。他心中暗惊，脸上却不露声色。上车后，即令车夫掉转车头返回沈阳。车夫十分纳闷，本来是急着南下，怎么方便了一下突然又北返呢？真不知掌柜葫芦里卖的什么药。

掌柜返回沈阳后，立即派出伙计们到粮食市场上大量购买高粱。当时本是新粮即将登场的季节，各粮店都在大量出售陈粮腾库。富生峻钱庄此时购粮，人们都不明就里。有的粮贩子甚至暗中笑话富生峻是搞钱庄的，不懂粮行的行情。可是，没过一个月，秋粮收获时，高粱因虫害大幅度减产，价格一个劲地往上涨，粮商们个个叫苦不迭，可富生峻却在那里高价出售高粱。一里一外，富生峻大大赚了一笔。事后，掌柜才向人们透露出真情——高粱生虫的情报是他在高粱地里出恭时获取的。人们闻知，纷纷跷起大拇指，称赞这位掌柜是个肯动脑筋、有心机且忠心票号，又善于把握机遇的人。



在高粱地里也能“谋”出一条财路来，可见，只要做个有心人，在任何地方都能找出发财的机会。

看准了就下手



商祖白圭，祖籍初周（今河南洛阳），是群雄并起的战国时代人。司马迁在《史记·货殖列传》中说：“盖天下言治生祖白圭。”由于白圭对经商的重视以及他的一套经商理论及成就，后世商人把他尊为本行业的祖师爷。白圭是战国时期经营农产品的商人，因擅长经商致富而名满天下。晚年他总结出一套经商理论，为后世经商家所师法。

据《史记·货殖列传》记载，白圭“乐观时变”，擅长经商，在“善为商贾”、“力工商，逐什二以为务”的周人中，称得上是最典型的人物。他一贯把“人弃我取，

第20辑 取予得当的超人智慧：中国历史上的赚钱故事



人取我予”作为自己的经商宗旨。弃者，无用也，遗弃之物；取者，购进、收购之物。也就是说，人们认为没用的东西，就将其收购过来；或者，在人们认为某些商品没有什么价值或是已经贬值，为防止更大的亏损而大量抛售时，就想方设法把这些商品收购进来。

有一次，商人们都在一窝蜂地抛售棉花，有的商人为了尽快把棉花抛出手，而不惜把价格压得极低。

白圭见到这种情况，于是便吩咐手下的童仆挂出收购棉花的招牌，一概收尽商人手中所有现存的棉花。后来由于收购的棉花太多，白圭只好派人从其他商人那里花钱租地方来存放棉花。

此时，卖完棉花的商人又都拥在了一起，抢着购进皮毛。原来，不知从哪个商人那里传出消息，说最近皮毛成了抢手货，冬天人们有可能难以从市场上买到皮毛。此时，白圭的仓库里正保存着一批上好的皮毛，但他听到这个消息后并没有将皮毛压在手，而是把所有库存的皮毛卖了个精光，从中赚到了不菲的一笔。

没过多久，由于连绵不断的阴雨，棉花严重歉收，于是那些手中已经没有了棉花存货的商人开始到处寻找棉花。这时，白圭便以高出收购价的价格卖出了全部库存的棉花，再次发了一笔大财。又过了一段时间，由于某种原因，满街的皮毛突然卖不出去了，价格降得越来越低，其他商人后悔不迭，血本无归。



很多人认为，在商品贬值之机大量购进是愚蠢之举，是将有限的资金投入到了无底洞之中。但是，他们哪知道，白圭所遵循的“人弃我取”的关键在于，购进“无用商品”不是无原则地购进一切已经贬值的商品，对于那些已经丧失了使用价值的商品当然不能购进。这里的“人弃我取”是指由于市场变化而出现的商品滞销的局面，一些商家不得不压低价格向外抛售，而白圭从中看到这种商品潜在的热销可能性，从而大量地购进。



雷履泰开创汇兑法



清嘉庆年间，在京师做生意的山西帮商人很多。每到年关时候，这些商人都要往老家捎寄银钱。捎寄的途径，只能交给镖局押运。但镖局运现费用很高。

有一位在京做干果生意的山西帮商人，与西裕成京号掌柜相熟，便与之商量：他往老家捎的银子，先交到西裕成京号，由京号写信给平遥总号，等他回晋后，再到西裕成的平遥总号取银。因是熟人，京号掌柜也就同意了。

由此，开了异地汇兑的先例。但起初，也没有谁把这当回事，只是觉得这样比镖局运现便捷许多。西裕成也只是继续接受朋友的托付，两相兑拨，无偿帮忙，不收任何汇费。

渐渐地，山西帮商人觉出了用此法调度银钱的便利，来求兑拨的越来越多。这才两相协商，交付一点汇水，变无偿为约定付费。

日升昌票号的掌柜雷履泰独具眼力，很快通过这种需求关系看出了其中的巨大商机：这种汇水虽少，但钱生钱，来得容易，如广为开展，获利必丰。

大方向定了之后，雷履泰开创了汇兑法，亦即由日升昌收银出票，凭票到指定地点的联号兑取现银。

这样既能降低成本，又能满足其便利性需求，还可以降低风险性。如此一石三鸟，何乐而不为呢？

当然，汇兑要收汇水，深思熟虑后，雷履泰便确定了汇水的计算方法。汇水并无定额，而是根据多种因素的综合作用来确定。待所有的准备工作做完之后，雷履泰便将自己这一成熟的想法及其汇水的确定方法一并上报于财东。

异地运现，一向就是商家的大难事。但是没有哪一个商人怕钱多扎手，而是由于本能希望多多益善，有钱赚，财东当然乐意。

所以，当雷履泰将其间的利害关系讲给东家听后，财东大为喜悦，当即表示同意采纳雷履泰的提议，并以雷履泰所经营的颜料庄作为试点，对汇兑办法进行试营业。结果效益很好，日升昌便开始兼营汇兑业。也正是因为雷履泰善于从需



求上做文章，巧妙运筹，才使得日升昌的生意很快就兴盛起来，获利颇丰。



和人的品性千差万别一样，需求也是多种多样的。每种需求都蕴藏着可以赚的银子！在地域差别之中，在习俗变化其间，在文化变革之时，甚至在时局动荡之秋，皆有千千万万种需求，就看你如何把握和利用了。

任氏的发迹史



任氏是西汉前期宣曲地区的首富，他是凭借对行情的准确预见，靠囤积粮食而发家致富的。

任氏在秦朝统治的时候是一个粮食保管员，秦王朝被推翻后，官吏和富贵人家都争着贮藏珍宝珠玉，因为它们体积小值高，便于携带，急需时还可变卖成金钱去换取其他物品，所以珠宝等贵重物品的价格一涨再涨。

这个时候，只有任氏眼光犀利，他认为秦王朝被推翻后，天下还会继续大乱很长一段时间，民以食为天，粮食是每个人每天必需的，而黄金珠宝则当不了饭吃，只有囤积粮食才是乱世发家最可靠的手段。

于是，任氏对别人不感兴趣的粮食情有独钟，利用官府粮仓无人监管之机，偷偷地把官仓中的粮食私运到自己的家中，然后挖了一个很大的地窖，将粮食贮藏了起来。

果然，秦朝灭亡后不久，楚霸王项羽和汉王刘邦开战了，而且打得很热闹，这一打就是四五年的时间。因为长期战乱，农民无法耕种，土地大片荒芜，粮食价格自然越涨越高。平时只卖几百钱一石的粮食，到了最贵的时候，价格猛涨到一万钱！原来争着贮存珠宝的有钱人，这时也不得不拿出自己的珍宝去向任氏换取粮食，任氏因而发了大财。

有了钱之后，任氏开始购置土地、饲养牲畜。在土地及牲畜的选择上面，任



氏同样表现出了独到的眼光。一般人都喜欢购置价格便宜的土地与牲畜，而任氏则反其道而行之，只要土地土质肥美、牲畜品种优良，任氏是不怕花高价钱的。

这不是任氏钱多得没地方用，而是因为土质好，粮食才能高产、稳产；牲畜品种好，繁殖得快，存活率才高。到最后算总账，还是要划算很多。

由于任氏购置的都是上等土地，所以他家地里生产的粮食比别家多，牧场比别家水草茂盛；由于任氏添置的都是良种牲畜，所以他家的马、牛、猪、羊比别家繁殖得快，因此任氏财富的增值也比别家快得多。



古往今来，很多商人能够赚钱的一个制胜法宝就是趋时观变，凭着一叶知秋的敏感，及时采取行动，所以往往先人一步，占尽商机。

信任的价值



西汉时期，富贵人家做买卖大多是在家中坐等，而由专门从事商业经营的奴隶外出经营。因为担心奴隶故意丢失财物，或携带货款逃跑，很多商人多喜欢挑选那些老实、胆小的人做奴隶，而对于那些心眼灵活的奴隶，则不愿使用。

有一个叫刀间的山西商人，他却是一个异类，他喜欢聪明、有主见的奴隶。当时，奴隶在外面经营，是丝毫不能违背主人旨意的，否则就会被视为大逆不道。而刀间对于奴隶的自作主张，不但采取听之任之的态度，有时还会给以奖励。因此，很多人嘲笑刀间软弱无能，无力管束自己的奴隶。

一次，一个外出经营的奴隶捎来消息说，所带钱货已全部用完，要求再追加货款。但有人向刀间报告说，那个奴隶将做买卖赚的钱，为自己购买了高贵的马车和华丽的服饰，经常像阔人那样宴请当地的官吏并向他们赠送厚礼。

凭着对这个奴隶的了解，刀间相信他这样做一定有自己的理由，于是按照奴隶的要求追加货款，让他继续去经营。这种用人不疑的态度，最后让刀间赚了很多钱。

第20辑 取予得当的超人智慧：中国历史上的赚钱故事



原来，皇帝祭祀泰山时，将在那个奴隶经商的地方停留。那个奴隶考虑，地方官为博取皇帝的好感，肯定会大兴土木和购置货物，而且是不会怕花钱的。为了做成这一笔大买卖，奴隶自作主张，就把原来的全部货物低价卖掉，再购买丝绸、珠宝等东西去送礼。为了抬高自己的身价，还为自己添置马车和服饰。经过这番努力，奴隶战胜了同行，接了很多官府的生计。

因为替刀间跑买卖的奴隶不但能自主经营，而且衣着华丽、举止阔绰，当时的人便编了这样一段顺口溜：“与其外出求官，不如替刀间为奴，有好吃好穿！”刀间因为信任自己的奴隶，并放手让他们去经营，因此自己从中发了大财。据司马迁的《史记》记载，依靠奴隶们的努力，刀间积累的家产有数千斤黄金之多。



生意做大了，必须要用人，如何用人呢？刀间给出了答案：知人善任与用人不疑。

几百年的招牌生意



“北有王麻子，南有张小泉”，王麻子剪刀是著名的中华老字号，几百年来，王麻子剪刀以刃口锋利、经久耐用而享誉民间，曾创造过一个月卖40万把剪刀的最高纪录。

王麻子剪刀创始人是山西一个姓王的铁匠，清朝初年来到北京。最初创业时，妻子建议他自己开作坊打制剪刀。王铁匠说：“开作坊既需要场地，又需要请人，工钱、房钱、伙食钱，开支可就大了，咱们上哪里去弄那么多的钱！不如先租间房开个店，向其他作坊收购产品，卖多少，收多少，既不占用太多的资本，又可以只拣好的、卖得快的收，这样不是既省心又省力吗？”

于是，王铁匠的小店在北京宣武门外的菜市口开张了。王铁匠变成王掌柜后，一心想使小店能有所发展。所以在进货时，他特别重视产品的质量，每次收购，都要亲自检查，不合格的，坚决拒收。因此他售卖的剪刀逐渐以刃口锋利、经



久耐用而出了名，不仅北京人喜欢到这里来购买，一些外地来京的客商，甚至那些进京赶考的举人，在回乡时也要特地来这里买上几把剪刀，以便回去后分赠给亲友。

因为这一带同类的小店很多，初来的顾客常常弄错，而王掌柜的脸上又有麻子，要买这里剪刀的顾客很自然就把麻子掌柜作为区分的标记。久而久之，不但北京人用“王麻子”来代替该店的店名，外地人也以“王麻子”相称，至于它原来的店名，反而不为人所知了。

到了1816年，王麻子后代接办这间杂货店后，正式以“王麻子”为字号。小王掌柜不但在门外正式挂出“三代王麻子”的招牌，还在收购的剪刀上都镌上“王麻子”三个字，并将杂货铺改为专门经营剪刀。

小王掌柜也是一个经营的高手，除了注意进货之外，还很注意推销。顾客上门，总是和颜悦色地接待，无论买与不买，同样的热情，在任何情况下都不敢怠慢顾客。卖出的剪刀，要装进一个印有“王麻子”字样的纸袋中，纸袋上印有在一年中如果发生某种损坏情况，包换、包退等字样。

一次，有位外地顾客拿来一把镌有“王麻子”字样的剪刀要求退换，虽然卖出的时间已经过了一年，小王掌柜见确实是属于质量问题，遂立即换给顾客一把新的剪刀，并再三向这位顾客赔礼道歉。这件事传出后，王麻子剪刀铺的声誉更高了。

门市之外，王麻子剪刀店还常派出徒弟走街串巷，去向家庭妇女兜售剪刀。当时北京的庙会很多，小王掌柜就派徒弟带上镌有“王麻子”标记的剪刀去庙会摆摊。此外，他还派人下乡去农村售卖。通过这些方法，不仅提高了王麻子剪刀的销售额，在当时没有电台和报纸的情况下，也使王麻子剪刀得到了很好的宣传，所以“王麻子”的名声越来越大。



“汪麻子”、“旺麻子”、“老王麻子”、“真王麻子”……后来出现了这么多“王麻子”的同行们，说明了王麻子这个品牌相当有号召力。看来品牌效益也是不可忽视的，这就是很多商家不惜任何代价要创出品牌或保护品牌的原因所在。

第21辑

创业敢为天下先： 粤商的赚钱故事

粤商天生勤劳能吃苦，以赚钱为人生第一要义，孜孜不倦地追求金钱。无论是近代还是现代，发迹的粤商不计其数，他们既有“敢为天下先”的创业精神，也有“顺世而为”的驾驭高才，粤商的“春笋”之速引领改革开放之潮头，以“红袖善舞”的模范身型运筹帷幄于资本市场，由此产生一部为世人称道的“粤人高典”。



依靠巨人的肩膀



深圳宝德科技原是一家名不见经传的小企业，但是 2001 年，宝德科技转眼间便成为中国发展最快的服务器厂商，闯进国产服务器前三名，名列亚太十强行列。他们的服务器每年销售量在 1.2 万台以上，年增长率达到 140%。宝德科技从成立时的 100 万元资金，到现在过亿元的资产；从几个创业人，到今天 200 多人的专业营销队伍；从不赢利，到 2006 年过亿元的销售收入和几千万元的利润，这一切都使得宝德科技惹人注目。

宝德科技的成功固然有多种原因，但借助强大的 Intel(英特尔)来发展自己，毫无疑问是其成功的最关键原因。

基于未来 Intel 发展的需要，目前网络存储的高带宽和集群性对于服务器的性能提出了更高的要求。1999 年，Intel 开始在中国市场推广其 IA 架构。宝德科技总裁李瑞杰了解到这一情况，便主动找上门去，双方一拍即合，Intel 当场与宝德签约，从此，宝德的角色由服务器代理商一夜之间变成了服务器生产商！

宝德早在 1993 年便开始做起了服务器的分销服务业务，在华南地区拥有很多技术服务人员和网络。6 年的辛勤耕耘，尽管也有成功的喜悦，但始终未能获得质的飞跃，直到李瑞杰看到了和 Intel 合作的大好前程！

李瑞杰相信，宝德能够帮助 Intel 更好地实现战略构想。由于用户类型不同，用户的需求也不完全相同。有些用户对于价格非常敏感，有些用户迷恋最新技术，而有些用户需要稳定成熟的解决方案。这就要求厂商能够针对不同的用户提供不同的服务，这并不是一件容易的事情。宝德的出现弥补了市场的不足，也使得 Intel 能够在最短的时间内满足更多用户的需求。从 Intel 获得了技术上的支持，但宝德还需要将这些技术转化为产品并推向市场。

宝德在业界发展方向上与 Intel 保持高度一致，Intel 推真正的 IA 架构服务器，宝德就在市场上向“伪服务器”宣战；Intel 推功能服务器，宝德就提供了各种商品化功能服务器产品；Intel 发布至强处理器，宝德就力争缩短步入主流服务



器行列的时间。

李瑞杰坦言，宝德之所以有今天，离不开 Intel 的支持。李瑞杰的聪明之处就在于，他一直欣赏 Intel Inside 的这种精神。如果 Intel 只是卖芯片，不可能取得今天的成就，它靠帮助别人成功来发展自己，而李瑞杰也依赖了这一点，依靠巨人的肩膀站了起来！



名不见经传的小企业想要迅速发展壮大，最有效的方法就是借助“巨人的肩膀”站得更高，看得更远。

兵贵神速



彭云鹏出生于广东省揭阳市，于 1977 年开始自己创业，几乎是白手起家，仅用了 10 多年时间，他创办的巴里多太平洋集团便成为印度尼西亚屈指可数的几家大集团之一。据《福布斯》杂志公布资料，他的财富现已超过 45 亿美元。

彭云鹏的业绩实在令人瞩目，经济界人士认为其发展秘诀贵在神速。

彭云鹏之所以于 1977 年创立胶合板厂，是看准了当时世界市场胶合板紧俏。而印度尼西亚巴里多岛盛产木材，自己又有胶合板生产技术和销售关系，因此，他迅速把工厂扩大到 68 条生产线，使其胶合板产量不仅成为印度尼西亚第一，而且在世界上居首位。为了确保胶合板生产所需的木材，彭云鹏又以速战速决的战术，在印度尼西亚申请到 500 万公顷的森林特许伐木权，另外在巴布亚新几内亚拥有 10 万公顷的特许伐木区。

为了适应庞大的伐木业及夹板制造业的需要，彭云鹏果断地设立了 180 多家相关配套公司，包括运输公司、贸易公司、金融公司、酒店及房地产公司等。为了充分发挥开伐木材的作用，他又伺机成立了造纸厂，这一造纸厂是与印度尼西亚前总统苏哈托的儿子合作的，共投资 1.6 亿美元。由于有特殊的人际关系，该项目很快就建成了。



彭云鹏早就懂得“激水之疾，至于漂石者，势也”的哲理，他乘着自己业务迅速扩大之势，及时地向国外拓展。他通过在中国香港、新加坡等地设立机构，开展胶合板、纸张的销售及进行各种投资、筹措资金等活动。1993年，他与林绍良联手购入华裔富豪谢建隆的阿斯特拉国际的部分股权，他占股达20%。之后，他又与郭鹤年联手，投资1亿美元于新加坡的圣陶沙游乐场。

1993年年底和1994年，彭云鹏将其属下的巴里多太平洋木业集团等上市，加上其所属的阿斯特拉集团控制的3家上市公司在内，彭云鹏在印度尼西亚本土所控制的上市公司总值超过60亿美元。



俗话说：“兵贵神速。”在当今这个节奏快得让人“吐血”的竞争时代，提高做事的速度和效率，无疑是独立潮头的一大法宝。

黄新“借腹生子”



世界最大的磁碟生产商黄新是一个运用“借腹生子”策略的典范。

黄新从广州初抵香港时，一直做电器生意，业绩平平。于是，他想出了借别人的产品为自己赚钱的妙策。

当时香港的录音带灌制没有版权限制。黄新认识了一位日本灌制录音带的商人，便提出合伙复录磁带的想法，两人因“利”而合，黄新便在香港收集录下流行音乐及歌曲，寄到日本去。那位日本商人帮他翻录盒式录音带，再运回香港出售。一不花巨资请歌星灌录歌曲，二不用自己花钱买设备来生产，他仅仅是做个“倒卖者”，便一本万利地赚进了一笔巨款。

1975年，香港政府开始管制翻版录音带，黄新放弃此行，用赚来的钱，买下日本的二手机器，开始装嵌空白录音带出口。1976年，他生产录音带胶盒，供应给美国录音带复制商，生意越做越大。



生产别人的产品，是他致富的法宝。从1980年开始，他试着装配VHS式录影带。像20世纪70年代先装嵌空白录音带一样，积累到一定时候，就自己生产胶盒。1985年开始出口。

对VHS盒式录影带越做越熟，他索性与厂家联系，取得VHS盒式录影带的制造与销售特许权，名正言顺地成了JVC的联营厂家，身价高了，赚的钱也翻了几倍。

生产磁碟一仗，黄新仍然采取这一战略。

1988年，他生产3.5英寸的磁碟；1989年，他就与日本“新力”公司联系，取得对方制造销售该规模磁碟的特许权。此法越练越熟，他的胃口也越来越大，他开始向已成为名牌的磁碟打主意。

1993年，他与美国上市公司阿那卡姆公司接洽，摇动如簧之舌，居然以8000万港币的低价，购入现值2亿港币的阿那卡姆公司制造磁碟的机器、技术和几个名牌商标的专利权。黄新公司的产品在国际市场坐享其成，一跃成为全球最大的磁碟生产商，其产品畅销全世界40多个国家，而这一切成功，几乎是捡别人现成的成果。



做生意有很多捷径，没有名气可以借别人的名气，没有技术，也可以借别人的技术。“借腹生子”，造就了许多成功的商人。

用意志代替运气



胡忠1902年出生于广东花县，其父母均是农民。童年时代起胡忠就每天都帮家里干些粗活，生活极为艰苦。1910年，胡忠的父亲带着一家人来到香港薄扶林村，搭了一间木屋，开了一些荒地，过起养猪种菜的农民生活。

胡忠不甘心一辈子当农民，决定去学驾驶。经过3个月努力，他终于当上了计程车司机，收入比以前高出了两倍多。做了半年司机，他发现的士公司获利丰厚，



便有了想法：与其给别人打工，不如自己干。于是想尽办法贷款买了一辆。可是刚跑半年的“红牌”车，就被迫停止了。因为政府忽然对“红牌”车实行严厉管制。

胡忠栽了跟头，但他并没有气馁。

1934年，香港的经济不景气，许多的士公司经营不佳，连年亏损，只得把汽车出售。趁此之机，胡忠大展身手，以1.8万港币廉价购入新的士公司的几部汽车，首次付款800港币，余款分期付款。就这样，在局势不佳，其他的士公司纷纷退出之际，胡忠廉价入市，成立了中央的士公司。翌年，全球经济开始复苏，而胡忠已经趁的士行业经营困难之际，廉价购得大量汽车，拥有了一个规模庞大的的士公司和“红牌”车队，遂以压倒性优势稳执香港的士和红牌业牛耳。随着形势的好转，“中央的士”收益逐渐增加，胡忠也在几年内晋升为香港新贵，开始有了“计程车大王”之称。

可好景不长，日军侵占香港，胡忠的财产在动乱中被洗劫一空。但广东商人有种天生不言输的个性。在战争形势稍微安定之时，他又多方筹措，重组“中央的士”。

随着日本战败，第二次世界大战结束后香港经济逐渐复苏，的士业也面临着发展良机。胡忠的财产在战争中失去，一开始虽然实力不足，但他在战时一直坚持的士公司的营运，因此先入为主地占据了香港的士业的首席。接着他又多方筹资，成立了新的士公司，经过一番辛苦经营，终于再度发达起来。到1967年，胡忠已拥有378部的士和120多部红牌车，成为香港的士业当仁不让的霸主。

但是命运注定还要再次考验他。为了促进计程车行业的发展，香港政府突然改变政策，允许私人自购的士经营，这意味着每个计程车司机只要有营业执照，都可以自己开出租车，不必依赖的士公司。这样一来，司机纷纷脱离了的士公司。胡忠的业务大受影响。形势比人强，不认也不行，久经磨炼的胡忠此时果断解散车队，并顺水推舟地把所有车辆连同牌照卖给了手下的司机。

胡忠不甘心，观望一番之后，他认为地产业前景可期，遂将卖车所得的钱用于地产投资。1969年，胡忠创办了合和地产。凭借着他锲而不舍的精神，至20世纪70年代，合和地产已颇具规模。1972年，合和上市，势头迅猛，与长江实业、新鸿基、新世界、恒隆等公司一起被合称为香港华资地产五虎将。



坚持未必成功，但不坚持就绝难成功。商人成功的性格素质之一就在于始终有进行下去的勇气和毅力。



在最基础的地方创业



香港海产大王蔡继有生于1930年，原籍广东中山。祖辈世代务农，家庭贫困，因此他在乡下读了两年书便辍学了。

后来蔡家的孩子开始长大，兄长向村民收购水鱼、塘虱、虾和蟹等水产品拿到市场去卖，蔡继有则开始为一家鱼类批发商打工，每天把水产品用自行车驮到拱北去卖。这段做商贩的经历对日后的蔡继有十分宝贵，因为他当时不得不仰面对人，时时谦恭有礼，久而久之习以为常，形成了极佳的传统商人素养。

在做小商贩的过程中，蔡继有注意到做水产批发很好赚钱，便希望自己能得到一个行商证，把水产运到澳门去出售，这一愿望直到新中国成立后才实现。由于他出身成分好，得到政府的照顾，经一位朋友的担保他顺利地取得了行商证，这样他开始往来于大陆和港、澳之间。1950年，蔡继有又把水产运到香港去卖，赚到的钱都寄存在澳门的一些搞水产批发的朋友那里。此后不久他看上了澳门的经商环境，打算到澳门去发展。1954年获准后，他前往澳门开始了新一轮艰苦创业。

在澳门，蔡继有以10澳元的租金租了一小间门面房，一家人省吃俭用，煮饭用木糠代替烧柴，吃便宜的碎米，尽量节省，将钱用于生意上的周转。在澳门他仍然干自己的本行，收购当地渔民的水产，用木船运到香港去卖。为了赶生意，早上4点钟蔡继有便乘船从澳门出发，直赴二环的贝介类市场，把虾蟹等产品交给一些渔档出售，付人4%~5%的佣金。1956年，经过两年苦斗的蔡继有生意大有起色，便和妻子及三个子女搬到上环街，租了一间房外加一个床位，月租20澳元。但除此之外，蔡继有在生活上仍厉行节俭，全力投在事业上。至1957年，蔡继有已在西环的贝介市场开起了渔档，就这样开始了自己事业的第一步。



成功的途径从来都不是单一的，最重要的是要立足于自身生存环境，低调、务实，在最基础的地方从善创业。



来自总理的启发



“非常小器”的品牌创始者梁伯强出生在广东省中山市小榄镇一个农民家庭。他的发家故事开始于一张旧报纸上的一篇文章。

1998年4月的一天下午，在别人送来的一张包东西的旧报纸上，梁伯强意外地发现了一篇《话说指甲钳》的标题。据这篇文章所记，时任国务院副总理的朱镕基1997年10月27日在中南海会见全国轻工企业第五届职工代表，对国内轻工业产品的质量颇有感触。朱镕基副总理当时说道：“要盯住市场缺口找活路，比如指甲钳，我们生产的指甲钳，剪了两天就剪不动指甲了，使大劲也剪不断。”朱镕基的讲话给轻工产业增加了压力，产生了动力，有关部门会后组成了专门机构专抓产品质量。轻工业部并为此联合五金制品协会，在江浙两省多次召开专门会议，寻求提高产品质量的方案。

拿着这张陈年旧报，梁伯强读得津津有味。凭着自己敏锐的直觉，梁伯强觉察到了其中蕴藏的信息，感觉到了其中必然会有商机。他首先感觉到，身为国家副总理的朱镕基日理万机，小小的不起眼的指甲钳居然能引起他这么大的关注，这说明指甲钳看上去小而并非小。小商品大市场的道理梁伯强一向是知道的，同时他也知道，由于种种原因，国内轻工业产品的质量问题的质量问题仍然没有得到根本解决。

受这则报道的启发，梁伯强特别关注指甲钳。他四处搜罗，买来了所能买到的所有国产和进口的指甲钳，并且有了自己的发现：国产指甲钳无不造型单一，不同厂家的产品不仅缺乏特点，而且质量粗糙，使用效果差，正像另一位国务院领导所形容的那样，剪起指甲来像牙在咬，指甲屑四处乱飞。进口的指甲钳使用效果则迥然不同。来自韩国、日本和德国的产品各有特点：韩国指甲钳做工精致，贴近大众，细节上非常人性化；日本指甲钳不仅做工精细，而且款式新颖别致，各种卡通造型装饰图案精致异常；德国厂家则把指甲钳当做一种高技术产品来生产，产品质量无懈可击，因而一个小小的指甲钳便标价数百元。进口产品的共性是精致且实用。梁伯强从中受到了很大的触动：小小的指甲钳反映的是一个大的



世界，体现着完全不同的经营理念。

梁伯强决定走一条品牌之路，生产高档指甲钳。经过几番艰苦的奋斗，才有了后来的“非常小器”。



很多商人都很喜欢关注一些大多数都不太关注的小细节，从中获取商机。梁伯强正是从旧报纸上的一篇文章中，觅到了不为人所注意的商机，从而成就了自己。

烂摊子变金饭碗



刘楚龙是广东惠宁人，他从一个全部财产只有 32 元的水果小贩发展到一个拥有商场、公司和煤矿企业的千万富翁，这与他不断挑战压力的精神密切相关。

1998 年，刘楚龙收购了一个国有矿山，成为广东第一个收购国有矿山的私营企业家。广东曲江县茶山煤矿曾是省直属企业，有职工 2 800 人，由于种种原因，企业多年亏损，负债累累，亏损额达几千万元。1997 年，煤矿停产，职工人心涣散，矿井被水淹没，一些机器设备被盗，一些个体采矿者向富矿进攻，乱开乱挖现象严重。根据这种情况，政府决定拍卖矿山。矿山值不值得买下来呢？刘楚龙认为，尽管外部疮痍满布，但它的价值并未因此降低，只要买下来妥善开发管理，这座旧矿山必然能焕发出新的生机。因此刘楚龙闻讯而动，果敢地出资 380 万元，收购了这个矿山。

收购矿山后，在有关部门的大力支持和指导下，刘楚龙统筹安排，成立了天龙煤矿，并迅速投入生产启动资金 170 多万元，安排下岗职工 700 多人重新就业。原矿山的管理人员有一部分继续在刘楚龙旗下，并请劳动部门参与，妥善解决了职工的社会保险和劳动者的权利与义务关系。刘楚龙是个充满热情的人，在他的影响下，天龙煤矿的员工无不热情高涨。原计划修复一个矿井需 20 天，结果只用了 10 天就修复投产。1998 年，在停产一年多后，这个具有 40 多年开采历史



的老矿再次开动了起来，一车车乌亮的煤块从矿井中被传送了出来。

人们不得不佩服刘楚龙的大胆。先前谁都不太相信这样一个破烂矿山会变成摇钱树，刘楚龙却意识到，矿山亏损是因为经营体制的问题，这次收购可能是他事业拓展的一次契机。于是他果敢地抓住它。“有压力，才有动力”这句朴实警句一直是刘楚龙的座右铭。



能够有效利用“烂摊子”往往是制胜之道，这也是“负得正”的写照。我们在遇到某些不太好的形势时，应该试着去思考一下，是不是一种绝好的机会。

“裁刀大王”小船闹海



裁纸刀是一种常用文具，是种小玩意。正是由于它小，当时被很多厂商忽略了，大厂不生产，小厂又缺乏资金，生产不好。而当时香港经济正处于发展旺盛期，高楼大厦像变戏法一样纷纷拔地而起，写字间成倍增加，办公用品的市场需求量也空前增大。20世纪70年代广东商人庄声源看准了裁纸刀作为基本的办公用品、写字间必备，市场前景极好。于是开始着手经营。因为这种产品成本低，技术含量也少，而且当时在市场中十分赶趟，一些小企业已经意识到这个契机，但却无力作技术革新或从塑胶制品生产中脱出身来。庄声源此时恰恰完成了对裁纸刀生产的探索，游刃有余地占尽先机，将这个产业控制在自己的手中。

庄声源的打算是：既然涉足裁纸刀的生产，就要生产出高品质的产品，在这个产业尚未觉醒之际，一举夺得领先地位。因此他对裁纸刀生产仍然是十分谨慎，请了专家和技术人员在厂里作技术指导。工人们见他如此认真，觉得小题大做：“不就是生产裁纸刀吗？能裁纸就行了，用得着这么小心吗？”庄声源向工人解释：“裁纸刀虽小，代表的却是一个新产业；它们的消耗量大，而且还在进一步增大，市场前景极好；而一旦产品得到用户认可，将长销不衰，在



这个行业中占据领先地位。”这一解释同时也是动员，要求工人认真做事，一丝不苟，切实提高产品质量，创出品牌。为此他与技术员一起日夜研究，并自行设计、制造各款裁纸刀。

庄声源的努力没有白费，产品果然赢得了用户青睐。曾经有一次，一位法国客户找到了庄声源，要求订购90号裁纸刀10万双，8天内必须交货。同行们都觉得法国人难伺候，不敢接这宗生意。庄声源仔细计算了一下时间：每天24小时连续生产，也要8天半才能生产完运出去，怎样争取多半天的时间呢？他苦苦思索，终于想到可以利用运输公司来争取收货的时间差。经过一番协商，运输公司终于同意在收货当天把庄声源排到最末一位。这样，庄声源便可以8天交货，而事实上则利用了8天半时间。为了确保生产，庄声源亲自带班，和工人们轮换着生产，一连8天8夜不眠不休，硬是将10万双90号裁纸刀保质保量地按时给了法国人。庄声源明白，这件事的意义不仅仅在于为他和他的同兴公司赚了一笔钱，而且在于他办到了别人无法办到的事，赢得了同行的尊敬和客户的信赖。就是靠着高品质的产品和高品质的服务，庄声源的裁纸刀占领了香港市场，最后又占据了欧美和日本市场，成为蜚声国际的“裁刀大王”。



一个企业要发展，不在于产品的层次和大小，而在于有自己特色的高品质产品。

图例1 本例对您的启示：先不天天做盘价，静观其变

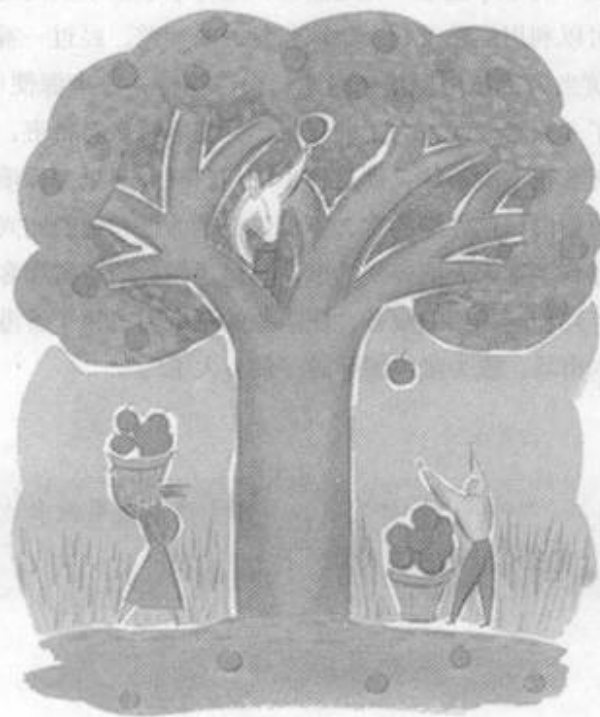
一、本例为人工干预，目的是想说明“静观其变”的重要性。在期货市场中，静观其变是非常重要的。在静观其变的过程中，我们可以观察到市场的变化，从而做出正确的决策。在静观其变的过程中，我们可以观察到市场的变化，从而做出正确的决策。

二、本例为人工干预，目的是想说明“静观其变”的重要性。在期货市场中，静观其变是非常重要的。在静观其变的过程中，我们可以观察到市场的变化，从而做出正确的决策。在静观其变的过程中，我们可以观察到市场的变化，从而做出正确的决策。

三、本例为人工干预，目的是想说明“静观其变”的重要性。在期货市场中，静观其变是非常重要的。在静观其变的过程中，我们可以观察到市场的变化，从而做出正确的决策。在静观其变的过程中，我们可以观察到市场的变化，从而做出正确的决策。

四、本例为人工干预，目的是想说明“静观其变”的重要性。在期货市场中，静观其变是非常重要的。在静观其变的过程中，我们可以观察到市场的变化，从而做出正确的决策。在静观其变的过程中，我们可以观察到市场的变化，从而做出正确的决策。

五、本例为人工干预，目的是想说明“静观其变”的重要性。在期货市场中，静观其变是非常重要的。在静观其变的过程中，我们可以观察到市场的变化，从而做出正确的决策。在静观其变的过程中，我们可以观察到市场的变化，从而做出正确的决策。



第22辑

互联网上决高低：浙商的赚钱故事

在人们眼里，大部分浙商是学历不高的草根商人，但是，近几年崛起的新秀却向人们展示了新浙商的英雄形象。网易丁磊、盛大陈天桥、阿里巴巴马云……这些新浙商从事的都是技术性强的行业。他们演绎着自己的惊天传奇，让世人对浙商更加瞩目。



陈天桥演绎的“传奇”



在 2006 年的《福布斯》中国内地百富榜上，陈天桥的身价是 40 亿元人民币。仅仅 4 年多时间，他的个人财富就狂飙了 8 000 倍。他赚钱的最关键一点就是凭他的胆识抓住了一次机会。

陈天桥最初是从事证券业的，在 1999 年，他离开了证券行业，以 50 万元资金创建上海盛大网络发展有限公司，开始从事互联网行业。当时，互联网业务在中国还是一个崭新的行业，其业务有很多种，陈天桥选择了网络游戏。那个时候，好多人还不知道网络游戏为何物，陈天桥就敏锐地看到了其巨大的市场发展空间。网络游戏是通过互联网进行的电脑游戏，通过连接游戏服务器，将成百上千乃至成千上万的游戏玩家连接在一起，在网上构筑起互动而现实的娱乐世界。

盛大最初是以社区游戏为主业，并建立了一个叫“归谷”的虚拟社区，短短数月便拥有了上百万注册用户，由此获得中华网 300 万美元的风险投资。除了社区游戏，盛大还涉足卡通、漫画等领域。

但是在 2000 年年底，随着整个互联网的萧条，盛大也开始举步维艰，看着互联网公司一个个的死去，盛大的出路何在？陈天桥经过深深的思索后，做出了一个影响他一辈子的选择：从社区游戏转向 MMORPG（大型多人网络角色扮演游戏）。

之后不久，韩国 Actoz 公司来开拓中国市场，他们希望能找一家网络运营商在中国推销其网络游戏《传奇》。他们找到陈天桥，双方一拍即合，盛大以 30 万美元的价格购下《传奇》在中国的独家代理权。

然而，中华网不能接受陈天桥的选择，他们的理由是：电子游戏业在中国有着极高的政策风险，中国对电子游戏一直持否定态度。

因为认识上的差异，中华网撤资，只留给陈天桥 30 万美元。砍掉自己做了快两年的卡通，赎回中华网手中的股权，再付给韩国人 30 万美元，这一系列的变故使得盛大大伤元气，但陈天桥过人胆识的商业智慧在这个时候已经初现端倪。与中华网分道扬镳后，陈天桥更是加大力度发展盛大网络。



韩国有上千家的网络游戏开发公司，他们正以多种形式大举进军中国市场。本来《传奇》并非网络游戏中的一流产品，由于陈天桥的胆识，积极地将它引进了中国，并且进行了成功的运作，使其成为国内最火爆的 MMORPG。

2003年8月，盛大网络自主研发的第一款网络游戏《传奇世界》同时在线人数突破30万人，9月，盛大网络所有游戏的同时在线人数突破100万人，刷新了自己保持的世界纪录。



有时候越是危机重重的行业，越是隐藏着巨大的发展潜力，这需要创业者有非同一般的果敢精神和判断力。

九层之台，起于垒土



“汽车狂人”李书福出生在浙江一个农民家庭。他高中毕业时，由于3分之差没有考上大学，便在家乡台州开了一家小照相馆。一年后，他带着2000元钱开始新的创业——做电冰箱。几经磨难，李书福小有成就，年营业额达5000万元。1986年，李书福创办了吉利集团。1989年，李书福的电冰箱工厂产值超过1亿元。

后来，由于国家政策调整，李书福不得不放弃电冰箱生产，将价值1000多万元的工厂送给了国家。转而开始生产装饰板。就在这时，海南的房地产热引起了他的注意，但是这次投资却让李书福损失了好几千万元。之后，李书福又把目光投向摩托车行业，开发出全国第一辆踏板式摩托车。1998年，吉利集团摩托车产量达35万辆，不但占领了国内市场，还出口22个国家和地区。

李书福进而做出更惊人的决定：造汽车。他投资5亿多元，开发家用微型货车和轻型轿车，每辆售价才4万多元，在国内轿车行业引发“地震”。当时，他放言要生产3万~5万元的家庭轿车，让人们很怀疑：那能是轿车吗？后来，夏利等车降至相应的价位时，人们才知道李书福并没有胡说。

吉利集团经过17年艰辛努力，现已发展成涉足汽车、高等教育、摩托车、装饰材料、旅游等领域的国家级大型股份制企业集团，员工从创业时的十几人，



增加到目前的 8 000 多人，2002 年实现销售收入 30 多亿元。



李书福的创富经历印证了脚踏实地累积财富的道理。“九层之台，起于垒土”，说的就是这个道理。若你有成为亿万富翁的理想，那么就千万要记住，不要渴求一夜之间就暴富。从现在开始，脚踏实地地努力吧！

决策源于生活



前几年开始，国内消费者的生活水准有了明显提高，吃穿不愁后，人们开始重视健康，于是各种健身场所、健身设施开始流行起来。

北京英特康乐城承租国家奥林匹克中心英东游泳馆，又投入大笔资金改造，把室内游泳作为主要服务项目。由于游泳馆规模很大，把工薪阶层定位为主要客源，打出了“工薪阶层的室内游泳馆”的口号，但效果一直不好。

一天，老板在《北京青年报》上看到一幅漫画：一位老大爷战战兢兢地站在游泳池边，不敢往水里跳，嘴里念叨着“30 块钱游两小时，相当于一个月退休金的 1/10”。旁白是：他们告诉老大爷他们是工薪阶层的游泳馆。这给老板很大震动。

后来老板去外地，发现人家的套票方法值得借鉴。又调查了一些消费者，搞出了一套新的营销方案，新口号是“一年四季能游泳，每天只花 2 元钱”。推出冬季套票 360 元，不限时，不限人，10 月到 4 月可游 180 天，每天 2 元钱，相当于老大爷每月退休金的 1/150，结果当月游泳馆的营业额暴涨 4 倍。客人多，人气旺了，其他项目，如保龄球、餐饮都带动起来了，效益极好。康乐城总结经验，之所以看似相同的决策产生如此不同的效果，原因在于第一次决策是拍脑袋想出来的，以决策者自己的收入作为普通工薪阶层的收入标准，难怪被漫画讽刺；第二次决策吸取了人家的经验，进行了市场调查，符合消费者的需求，所以反败为胜。



决策的正确度，取决于与实际情况的符合程度。所以老板应花较多的时间，与顾客、员工在一起，就能较好地掌握实际情况，长期积累，就能在需要决策时胸有成竹，有的放矢。

中国互联网如何收费



人们总是津津乐道陈天桥开创的网吧这一全新的渠道。那时的网络游戏公司都把游戏点卡交由专门的公司代售，存在严重的压点卡现象，1元钱的能炒到30多元钱。很多网友经常买不到点卡。盛大自己注册了一个公司做点卡的全国总代理，然后在各省和地级市招二三级代理。省级代理能拿到8.3折，在那时一张盛大点卡能有2元钱的利润，所以网吧很愿意做盛大的点卡生意，很快就有了10万家网吧业主代理销售传奇点卡。陈天桥还开创了他的“E-sales”在线销售系统，在网上销售虚拟卡。这种线上、线下的销售配合，让网友在需要的时候，哪怕是凌晨也随时可以买到盛大的点卡。

盛大利用自己的线上销售系统，把销售渠道直接铺进了网吧当中，把网吧从一个消费场所变成了销售场所。用户在装有盛大系统的网吧里，只需告诉网吧老板他需要买多少游戏时间，交钱以后网吧就可以在2分钟内把游戏时间打到用户的账号里。至今加入盛大销售系统的网吧已增长到25万家，每天都有5万家网吧在盛大的电子购物栏里活动——为盛大卖卡。盛大公司的这个系统完成了其整个业务收入的60%以上。现款现货（时间），毫不拖欠，每天在这个系统上滚动的资金都有上千万元，称得上是中国最实用的电子商务系统。在盛大剩下的游戏点卡销售业务中，经销商也是现款现货。

陈天桥用全部精力把全国的网吧发展为自己的“下线”，当中国互联网产业的代表公司新浪、搜狐和网易都还在为网络公司如何实现赢利而痛苦时，进入网络游戏业仅仅一年的盛大公司却是一片繁荣：盛大的收入是新浪的3倍。



陈天桥开创了全新的渠道，解决了中国互联网如何收费的问题，体现了这名浙商的睿智与精明。

网易免费邮箱的开发



整天冥思苦想的丁磊在发现 Hotmail 的时候，眼睛豁的亮了起来：Hotmail 太吸引人了！太有发展前途了！它一定可以成名！它一定可以上市！

丁磊找来自己的伙伴陈磊华研究 Hotmail 的结构，两个人最后决定自己做。他们一边开发基于浏览器的免费电子邮箱，一边想域名。

7 个月后，和 Hotmail 功能同样强大的网易免费邮箱系统写好了，163 的域名也有了，万事俱备，但是当丁磊向电信局申请增加免费邮箱服务的时候，却碰到了困难。广州电信局提出要购买网易免费邮箱，但丁磊太看好 Hotmail 了，想在国内独家经营，不愿出售。

网易创业的 50 万元已经撑了好几个月，公司再不挣钱，将难以为继。此时的丁磊根本不知道什么是风险资金。在丁磊四处碰壁的时候，Hotmail 被微软以 3.5 亿美元收购。1998 年 2 月，丁磊觉得不能再拖下去了，“软件的价值在于应用，不用永远没有效益”。于是，网易答应将中文免费邮箱系统出售给广州电信。广州电信提出同时要附送 163 域名，丁磊想了想，觉得广州电信没有好的域名根本无法成功，考虑到第一个免费邮箱系统是否成功将会直接影响以后的销售，网易就送给了广州电信 163.net 的域名。

1998 年 2 月 16 日，www.163.net 开放使用，反应强烈，注册用户数以每天 2 000 人左右的速度递增，后来用户很快达到 35 万人。163.net 成功后，很多公司纷纷打电话到网易要求购买该系统，丁磊的答复是不卖。这和一开始丁磊四处寻找合作伙伴，没人理睬的局面形成了鲜明的对比。于是丁磊既是老板，又是推销员，四处出差，因为，既懂技术又懂市场的人很少，所以，推销员非他莫属。正因如



此，丁磊没丢失一份合同。而后的几个月内，使用网易电子邮件系统的首都在线(www.263.net)、河南商都信息港(www.371.net)、云南信息港(www.ynmail.com)、金华热线(www.188.net)、香港中国网(freemail.china.com)和香港免费电邮(freemail.hongkong.com)纷纷开通。

免费邮箱一个产品为网易挣了几百万元。1998年5月，中国互联网信息中心公布读者推荐的优秀中文网站，网易列首位。1998年9月，网易改版，推出一个类似美国AOL的门户站点。改版后不到一个月，访问量激增。



很多人也曾有过自己的创意，但创意需要热情去点燃和维持。没有开始实施或半途而废的创意都等于没有创意。

马云创办“中国黄页”



马云创业并不是从互联网开始的，1991年，他在杭州电子工学院任英语讲师的时候，和朋友成立海博翻译社，用业余时间接了一些外贸单位的翻译活，成为杭州首家外文翻译社。

1994年年底，马云首次听说互联网。1995年年初，受浙江省交通厅委托，马云到美国催讨一笔债务。在西雅图，对计算机一窍不通的马云第一次上了互联网。朋友向他介绍，让他输入一个词时，他输入了beer(啤酒)这个词，结果显示的有德国、美国等地的啤酒，唯独没有中国的。他再好奇地输入了China(中国)，电脑的反应是“没有数据”。而在输入中国历史时，出现的只有一则50个字的短文。马云的第一个问题是：为什么没有中国的东西？

刚刚学会上网，他就想到了为他的翻译社做网上广告，上午10点他把广告发送上网，中午12点前他就收到了6个分别来自美国、德国和日本的E-mail，说这是他们看到的有关中国的第一个网页。敏感的马云意识到“这里有大大的生意可做”！

讨债之旅结束了，回到杭州的马云只有一个疯狂的念头：要做一个网站，把



国内的企业资料收集起来放到网上向全世界发布,利润则来自向企业收取的费用。此时,刚刚步入而立之年的马云已经是杭州十大杰出青年教师,校长还许诺给他外事办公室主任的位置。但是,马云放弃了在学校的一切待遇,毅然“下海”。

此时,互联网对于绝大部分中国人还是非常陌生的东西。即使在全球范围内,互联网也刚刚开始发展。在这样的情形下,远在尚未开通拨号上网业务的杭州,马云就已经梦想着要用互联网来开公司、赢利。这个想法立即遭到了亲朋好友的强烈反对,但是,他力排众议,决定还是要干,问题只是想把困难认识得更清醒些。

1995年4月,马云和妻子再加上一个朋友,凑了2万元,租了间房,就这样专门给企业做主页的网络公司诞生了,网站取名“中国黄页”,名为ChinaPages,成为中国最早的互联网公司之一。那时候,很多人还不知互联网为何物,但马云仍然像疯子一样不屈不挠,他天天都提醒自己:互联网是影响人类未来生活30年的3000米长跑,你必须跑得像兔子一样快,又要像乌龟一样耐跑。

3个月后,临近杭州的上海才正式开通互联网,马云的业务量开始激增。在各企业纷纷忙着建立自己主页的时候,马云的先见之明为他带来了丰厚的利润。当时,制作一张主页,中英文对照的2000字内容,一张彩照,开价就是2万元。不到3年,马云就轻轻松松赚了500万元,并在国内打开了知名度。



市场永远是公平的,谁先抢到谁就先发大财。因此,在财富路上要勇于做“第一人”。

第23辑

走遍天下也要当老板： 温商的赚钱故事

有着“东方犹太人”之称的温州人虽没有数千年的经商史，但是他们的智慧却促使他们在短短 20 年里创造了世界商界的奇迹。温商作为一个个性鲜明的群体，不仅创造了许多财富，而且为我国乃至世界商人提供了一种可学可操作的经商哲学。



吃苦是温商的必修课



在西班牙的华侨中，西班牙三E公司总裁王绍基先生算是闯荡商海的佼佼者之一。当年踏入商海时，他曾经历了种种艰难、困惑、迷茫、无奈和挣扎。

生于浙江温州的王绍基是共和国的同龄人，曾在杭州音乐学院和上海音乐学院先后专攻指挥和管弦乐器。1985年他在一个朋友的帮助下到马德里谋生，初到西班牙，身上只有20美元的王绍基做过中餐馆洗碗工、跑堂，还到葡萄牙跑过小买卖。他在一家小小的成衣加工厂里做熨衣工，渡过了一生最困难的时期。拥挤的车间非常简陋，白天在这里做工，晚上也在这里睡觉。没有床，就睡在从马路边捡来的破床垫上。马德里的夏天非常炎热，通风不良的车间气温有时高达40℃以上，熨衣工手握滚烫的熨斗，更是热得难以忍受。王绍基负责熨烫裤子，半分钟必须熨烫好一条裤子，这在常人看来，的确是个又苦又累又紧张的工作。

但王绍基坚持了下来，还时常抽空到当地中国人办的西班牙语学校学习。在西班牙，语言不通几乎是所有华侨都遇到过的一个难题。不通当地语言，就等于是个睁眼瞎，更谈不上有什么发展。西班牙语用途很广，但却非常难学，尤其是听和说方面。西班牙人语速极快，不经过多年的苦学是听不懂也说不出。经过勤学苦练，王绍基逐步掌握了西班牙语，为以后的发展打下了必要的基础。

20世纪90年代初，几年的苦心经营，王绍基创办的三E公司已经成为西班牙进口中国商品的主要合作伙伴，而且从2003年起，王绍基又将经商的触角伸展到新闻媒体方面，创办了一家中文报纸《欧华报》，这使他的事业有了更大发展，人生也更加辉煌。



“天将降大任于斯人也，必先苦其心智，劳其筋骨……”
任何一位成功的温州商人都体会过，能吃苦只能算是入门的“必修课”，没有吃苦的精神，在生意场上终将一事无成。



一枝独秀的“强子书报”



走在每一个城市的街道，到处都有小书报摊，它们大都只处于微利状态。但在太原的迎泽大街有一家名为“强子书报”的书报摊却一枝独秀，月平均赢利8 000元左右。

温州青年强子来到山西太原打工，由于很久没找到工作，就把他姐姐的书报摊接了过来。其实卖书报的利润极小，一本杂志只能赚不到1块钱，一份报纸能赚一两毛，可一天也卖不上几本杂志。

有一天，强子的书报摊里进来一男一女两个年轻人，他们一次买了十几本杂志。强子问女孩：“你爱看这么多杂志吗？”她说：“不是，一个人哪能看那么多！我只要一本，其他的都是为别人带的。”

原来，他们工厂附近没有书店和书摊，并且离城里又远，进一次城不容易，所以谁来了都会帮别人带些新出的杂志回去。他们厂区周围也没有什么娱乐场所，每天下了班就只能看电视，电视看多了就腻，所以很多人喜欢看杂志。

那两个人走后，精明的强子就开始琢磨：他们那里愁买不到杂志，我这里却愁卖不出去，如果把杂志直接送到那里去卖，岂不是皆大欢喜？

过了几天，强子用自行车驮了一大捆新出的杂志到那家工厂去卖。回来一清点，那半个小时比他在城里一天卖得还多。

强子决定去开拓这片市场。他把城里书报摊的营业时间改变了一下，上午在城里守摊，下午4点关门，轮流去各地工厂摆流动书摊卖书。这一改变很快就收到了明显的效果：书报摊的杂志销售量由最初的每月不足1 000册，一下子猛增到将近3 000册。

为了方便读者买杂志，强子还开展了电话送书业务。他印制了名片、广告宣传单，随销出的杂志分发，只要读者打他的电话，很快就能拿到自己想要的读物。这项服务很受打工者的欢迎，强子的销售额又大幅攀升，而且随着业务量的扩大，送书的成本很快就降了下来。



不少打工者喜爱的杂志在书报摊上找不到，去邮局订阅又不方便。强子知道这个情况后，马上把这项业务揽了下来。他把他们需要的杂志记录下来，专门从图书市场进货，每月负责送到客户的手中。

在这三年多的时间里，强子的书报摊净赚了 30 万元！



生意不在大小，只要用心，小书报摊也能做红火！这就是温州人典型的生意经。

邵国峰大打亲情牌



在山东莱芜，官寺商场里加工衣服的温州人特别多，其中有个门头叫“邵国峰布匹”的超市。店主邵国峰时年 37 岁，是莱芜市温州商会副会长。1988 年，邵国峰听人说莱芜没有温州人做衣服，于是只身由济南赶赴莱芜，找到当时的人民商场负责人，想在商场要个位置加工服装。负责人当即告诉他：免费一个季度试营业。邵国峰抓住时机，当天便在商场给出的柜台上打出了“温州西装、大衣服装店”横幅招牌。由于正赶上莱芜人从中山服到西服的大换装，从试营业的第三天邵国峰接下了一条裤子开始，此后生意日渐红火，三个月不到，他就让邵东平带着孩子也来了莱芜。邵国峰的裁剪手艺和邵东平的缝纫技巧很快得到了顾客的认可，生意忙得夜以继日，于是就陆续招来了家人亲戚帮忙，形成了莱芜的温州服装加工村。

慢慢地，莱芜市温州人的服装市场越做越大。邵国峰自豪地说：“凡在这条街上做服装的都是我带来的。”这几年，人们在穿着打扮上追求个性、时尚，邵国峰紧跟市场需求，进料讲究质地，式设计独特，生意一直非常好。

邵国峰重视亲情关系网的建设，作为温州商会副会长的他，曾代表自己的企业和莱芜温州人商会，带着花篮前往老乡陈定国开办的上海羊毛衫厂祝贺。不同



地域的温州同乡之间的相互联谊，使他受益匪浅。



温商非常注重搞好人际关系，不管是普通的朋友，还是生意上的合作伙伴，都是一种宝贵的资源。在温商看来，做生意一定要广交朋友，善处关系，这无疑就是一条十分有效地获取信息的途径，拥有了这些，你就能够在竞争中处于领先的地位。

“思想保守”的张文荣



上海亚龙投资集团有限公司的董事长张文荣曾说过，“一步一步累积起来的财富最让人放心。”这样的指导思想使张文荣多年来一直坚持以实业为本，并且以自身积累发展为主。他曾自豪地说，在亚龙集团投资房地产之前，公司没有一分钱银行贷款。至今，企业的负债率仍保持在30%以内。

曾经有一个酒店要出售给张文荣，评估价是1.6亿元，而酒店老板卖给他只要7000万元。按照评估价，张文荣可以向银行贷款1亿元，相当于不用自有资金就可以拥有这家酒店，但是他没有要这家酒店。因为他做了一些调查，觉得酒店以后的租金收益率可能抵不过银行的利息。

有许多人认为他这套实业为本的思路太过落后，张文荣说：“他们说我不傻，我是挺傻的，但是我做生意要对我下面所有的员工负责，对我的家人负责。”



清清白白做人、踏踏实实做事、认认真真赚钱，这是温州商人做生意的务实态度。



COPY “宅急送”



1990年，刚到日本留学的陈平被满大街的“宅急送”古怪车型吸引住了。他经打听得知，这是被日本人称为“飞腿”的快运公司运输车。后来，陈平请“宅急送”送了一次货，这使他对它有了进一步的了解。毕业返国时，他决定仿照日本的“宅急送”，把快速送货服务带到中国内地来。

1994年1月，陈平的“宅急送”公司在北京正式成立了，当时只有10多平方米的办公室，7名员工，3辆车，他们的服务口号是：“只要一个电话，一切不用牵挂！”但“宅急送”开张两天，没有接到一笔生意。第三天，陈平坐不住了，把司机和车赶上马路“扫街”（沿街找生意）。当天他们接到的第一笔生意说起来让人哭笑不得：一个过路人把他们的货车当成了中巴车，要乘车到亚运村去。这笔不合法的小生意，陈平赚了一元钱。

但陈平没有灰心，而是坚持了下来。接下来的日子，陈平的“宅急送”为了生存，什么活都接过，代人取衣服、修冰箱、送烤鸭、接小孩、换煤气……

或许由于“宅急送”的经营理念打动了市民，渐渐地，“宅急送”的业务量增多了。

“宅急送”开始向全国拓展。从1998年在上海成立分公司起到现在，“宅急送”在全国开设了40多家分公司和营业网点。

陈平说：“可口可乐虽然只是一个卖汽水的，但也可以卖到世界500强的前几名，超过那些造飞机、造汽车的公司。我只帮人送货，也一样能做大。”

如今，“宅急送”的总资产已达1.5亿元。



温州人善于琢磨，自近望远，在一个新的行业里，他们善于应用已有的产品、商品模式。有人说，模仿再加创意就等于创造，温州人可以说是深谙此理。



胆大包“天”王均瑶



1989年的春节，忙于生意的王均瑶耽误了购买回家的火车票，为了能够过个团圆年，王均瑶和老乡商量了一下，决定包一辆大巴。但是通往温州的山路非常难行，大巴一路颠簸，行驶缓慢，心急的王均瑶随口说了一句：“车太慢了。”谁知一位同乡却挖苦他说：“嫌慢，你包飞机啊！”说者无意，听者有心。王均瑶真的思考起了这个别人想都不敢想的事情。

在这个小小打工仔看来，包飞机并不是一件不可行的事情，既然土地能包、大巴能包，飞机为何不能包呢？而且那时温州已经有了机场。既然事情可行，那就可以一步步地做起。接下来王均瑶想的是：首先，温州机场是不是太小；其次，要向长沙机场问一问飞机能不能“包”，假如能包，新建的温州机场会不会存在无法降落的问题。王均瑶回到温州之后，这一连串的“问题”成为春节聚餐中的热门话题。

论证既毕，王均瑶春节过后便赶往长沙，开始了落实、谈判和签约的工作。但是在那个年代，民航实行的还是半军事化管理，乘飞机还有行政级别限制，民营资本要想渗透进去谈何容易。“我都不相信自己的耳朵”，湖南民航局运输处处长周纪恒回忆当时的情形说，那时王均瑶一脸认真地说找他有急事，“但万万没想到这个年轻人说的急事，居然是要承包飞机”。他当时真的吓了一跳。

当时他告诉王均瑶，这是从来没有过的事，有很大的风险，搞不好一年要亏几十万元甚至上百万元。王均瑶说，我知道包机是有很大风险，但是相信包机可以给老乡创造方便，亏一点也没有关系。周纪恒被他的胆识和热诚打动，经过几次远赴温州的认真调查，王均瑶终于如愿以偿地与湖南民航局签订了承包飞机合同。

1991年7月28日，一架从湘江畔飞来的“安-24”银鹰，稳稳降落在温州永强机场。这一天对王均瑶来说，是一个万分激动的日子，对中国民航事业的改革来说，也翻开了新的一页。



大巴能包，飞机为何不能包？温州人不仅财大气粗，胆子也极大，只要认准的事，别人不敢想的他们都敢做。



厕所里淘黄金



世人都知道温州人精明，但是在温州人看来，精明也是需要灵感和智慧的。在温州，有一个普通的陶瓷厂工人，因为厂子被兼并下岗了。但是，不久之后，这位下岗工人竟然成了“从厕所里淘出了黄金的人”，他就是研制出“洁厕精”和“塞通”两种专利产品的王麟权。

下岗后的王麟权，一时也不知道做什么，一个40多岁的大男人一直闲在家中，心里有些憋气。这一天，他一不小心堵了自家的坐便器，怎么也弄不通。心情本来就有些烦的王麟权和坐便器较上了劲，非要把它弄通了才罢休。开始时他乱捅一气，忙活半天也不见效。

这时，王麟权脑海中忽然闪过一个想法，他开始琢磨：既然自己为坐便器阻塞所苦恼，说不定天下有许多人也和我有同样的烦恼，如果我能够鼓捣出个专门疏通坐便器堵塞的东西来，岂不是方便了大家的生活，救了大家的急？

想到这里，王麟权立即意识到这里面有商机，于是他一下子兴奋起来，立即动起手来。他虽然只有初中文化，但长期在陶瓷厂工作，天天和卫生洁具打交道，又具有相关化学试剂的知识，更重要的是一种自立自强的精神激励着他锲而不舍。经过反复试验，他终于研制出了专门用于便池除垢、下水道疏通的化学制剂“洁厕精”和“塞通”两种产品，并双双获得国家专利。

“洁厕精”和“塞通”研制成功后，王麟权一边挂出公司的牌子加紧生产，一边申报专利保护。由于产品对路，市场需求量大，很快销路大开。而当时还没有厂家生产同类产品，王麟权的产品迅速行销国内市场，尽管公司规模一再扩大，有时产品还是供不应求，订单堆满抽屉。自强自立的精神使王麟权最终成为温州巨富。



不等、不靠、不要，立足于自身的努力，坚信创业是一种依赖于个人奋斗的行为，这就是温州人的观念。



别人的烦恼，我的财路



20世纪80年代，一位姓周的温州人只身来到上海，同许多温州人一样，他只带了来时的车票——据温州人说，他们外出求生从不带返程票，这足以说明他们背水一战的决心和勇气。他在上海街头发现一个怪现象：大街上许多人拎着或抱着大捆大捆的文件夹、财务册等行色匆匆。这么多的上海人带着这么多的文件夹、财务册干什么呢？他经打听得知，上海正在全面开展企业整顿，企业原有的表格、账册要全部更新。但商店里的表格、账表是统一印制的，买回去还得重新编制，财务人员为此很烦恼。

这个温州人一拍自己的脑门：这不就是商机吗？于是，周姓温州人急急赶回温州，抓紧时间设计、印刷，又按照《上海市工业企业名录大全》上提供的地址、单位名称写信寄样稿、寄订单，这商机使他当年净赚6万元人民币。

可贵的是，这个周姓温州人并没就此停住，而是利用这些资本办起了文教用品厂，继续发展自己的业务。请看他的下列业绩：

1982年，他及时捕捉到上海企业开始评定“文明企业”的信息，推出了他独家制作的“文明企业验收台账”系列产品。

1983年，他抓住国家决定开展“国家一级”、“国家二级”企业考评、验收、授号的良机，又提供了系列用品。

1992年，他抓住国务院关于国有企业自主经营条例下达前的时机，及时向上海国有企业送来了据称与“国际接轨”的企业管理账册……

短短10年间，周姓温州人在上海好戏连台，赚了700多万元人民币。



温州人总是“热心”，总能关注到一些“奇事”、“怪事”，把解决别人的“烦恼”当做自己发财的捷径。



垃圾发电厂



处理垃圾是每个地方政府都很头疼的一件事，往往要自己出钱，有时甚至要拿出几个亿。但温州市政府却不会为这个问题苦恼，因为在温州，即使是垃圾也有人拿钱去投资、开发和建设，这个“垃圾大王”就是温州市伟明环保工程有限公司董事长项光明。

2000年，他自己投资改进的垃圾设备技术获得了巨大成功，一次性为国家完成了两个课题，一个是垃圾处理厂的企业化运作，一个是垃圾处理设备的国产化。

这时，他想到要把新技术转化为生产力，由民营企业运作这样的项目在中国还没有先例。就在此时，项光明听说温州市瓯海区要建一个垃圾处理厂，只是处理方式尚未决定。于是，项光明找到市里、区里的领导，力陈用自己的设备来发电的种种优势，并且向政府承诺：投资9 000万元建垃圾发电厂，风险全由自己承担。温州市瓯海区很支持他的这个想法，就很痛快地给了他12亩土地。从2000年11月，项光明拿到开工许可证起，仅10个月的时间，发电厂就点火发电了。

对于项光明的投资政府补贴企业垃圾处理费为73.8元/吨，并保证以0.52元/度的电价收购企业所发的电，此项目预计12年可收回投资。



这就是温商，在他们眼里，垃圾也能创造出大财富，他们善于去思考如何解决问题，他们认为这个过程就是致富的好时机。

第24辑

华人商界的领袖群： 港商的赚钱故事

香港商人被称为“世界上最伟大的推销员”，华人首富李嘉诚、房地产大亨霍英东等，这些人人皆知的香港商人，在各自的商业领域演绎着财富梦想的神话，并将他们的上进、坚强和现代意识传递四方，用他们自己的经营观念和方式影响着各地商人。



十年磨一剑



李嘉诚是怎样聚积财富的？在他的心中，按部就班、大冒险两者都可以让自己获得收益，使自己的财富不断地增加。

1945年李嘉诚结束了打零工的生涯，在一家塑料厂当推销员，每天工作10个小时以上，3年之后，20岁的他被提拔为总经理。两年后他把所有的积蓄7000元的港币拿出来创业，建立了一家小型的塑胶厂，名为“长江实业公司”，他在这里有了一点小小的积蓄。1958年，厂房的房东提高租金，于是他在北角买了一块地，自盖厂房。20世纪60年代，塑胶业不景气，而香港的房价暴跌。李嘉诚看准这一机会，大肆低价收购土地，从此，他进入房地产行业，自己的积累渐渐地增多。于是，他在房地产行业崭露头角：

两大屋村预算耗资110亿港元，又一次轰动港九。《信报》称：“唯超人才有如此大手笔。”

茶果岭屋村定名为丽港城，占地8.7公顷，为高级住宅区，有专为住户设立的私人俱乐部。屋村计38幢25～28层住宅楼宇，单位面积640～920平方英尺，共8072个单位，总楼面积620万平方英尺，附设16.1万平方英尺商厦，总投资45亿港元。

鸭月利洲屋村定名为海怡半岛，占地15公顷，兴建38幢28～40层住宅楼宇，单位面积600～1100平方英尺，共10450个单位，总楼面积787万平方英尺，超过黄埔花园，附设312万平方英尺商厦、网球场、俱乐部、游泳池等，总投资65亿港元。

据估计，以1988年同类楼宇的时价每平方英尺1000港元计，两大屋村可获纯利50亿港元。1990年5月，丽港城首期发售，每平方英尺售价1700港元，用户及商家争相抢购，异常激烈。

到1993年，丽港城每平方英尺售价已达4300港元，海怡半岛为3300～3500港元，均大大超出预计售价。若加上建筑成本及售房成本上涨等因素，两大屋村全部竣工赢利，远远突破100亿港元。



人们在称道“超人”过人的胆识与气魄之时，无不惊叹他锲而不舍的忍耐心。

李嘉诚是名副其实的“十年磨一剑”。



成大事者，很多时候不可操之过急，而要有足够的耐心等待机会和创造机会，这就是李嘉诚给我们的启迪。

炒卖大亨徐展堂



在香港，投资成功的不乏其人，徐展堂可算得上其中的一个佼佼者。他投资的特点是：看得准、分析透、时间短、收效快。

徐展堂 30 年前还只是香港银行的一名小信差，如今却已成为跨国企业的大亨，他的成功经历颇具机遇性。1967 年，香港房地产价格暴跌。当时太子道东方花园开盘发售，每单位只卖数万港币，发展商还随楼附送时值 8 000 港币一辆的福士汽车，但仍然无人问津。徐展堂深信：这只是一时的信心危机造成的影响，他便趁机购便宜货，一口气买了 6 个单位，只付出很少的定金，然后把赠送得来的 6 辆福士汽车出售套现，再购入 2 个单位。徐展堂的判断果然没错，没过几日，楼价紧急反弹，他第一次炒楼盘就稳赚了一大笔。徐展堂利用炒楼赚得的第一桶金买楼盘，做物业代理及开办大厦公司，财富像滚雪球般愈滚愈大，到 1972 年，前后不足 5 年，徐展堂已拥有 1 000 万港币家财了。

1973 年，香港掀起股市狂潮，恒生指数一日数涨，很多人争相投资股市，而徐展堂却表现得格外冷静，他分析当时炽热高涨的股市，只是外表美丽的蛋糕，但里面却藏有刀片，盲目吃下去，一定会满口鲜血。于是他不去投资股市，而是去承包港府楼宇的保养及油漆等工程，用赚到的钱，不断购进美国及澳大利亚的地产业。后来香港股市狂泻，致使很多人破产，徐展堂却避过了这场灾难。

20 世纪 80 年代初，香港地产业再次陷入低潮，政局处于中英谈判僵持期间，富人纷纷抛售地产业，把资金大量转移至美国、加拿大及澳大利亚，这样一来，



美国、加拿大及澳大利亚的地产业价格不断上涨。徐展堂以其敏锐观察力，看出这又是一个发大财的好机会。他趁美国和澳大利亚地产业的价格趋高不下之机，把他在上述国家拥有的大量地产业高价抛出，抽调资金回香港，趁机大量吸纳廉价地皮。仅1985年，他投资近亿港币，一鼓作气收购了历史悠久的中华漆厂，投资6 000万港币在西贡增添厂房设备，又在深圳、湛江开设油漆厂，之后又与中资合股收购了跑马地雅阁酒店，并把它易名为亚洲酒店，其后又在湾仔及尖沙咀兴建两幢各有200多间房屋的酒店，并在皇后大道西及庄士敦道兴建高兴大厦。

由于徐展堂判断准确，分析透彻，所以他每次投资获利都数以倍计。



有人说香港是冒险家的天堂，也有人说香港是培养巨富的温床，因为香港是机会最多的地方。香港每出现一次重大的转变，就是财富大转移的时刻，也是冒险家大显身手的机会。

用勤奋换来机遇



在创建长江塑料厂的初期，李嘉诚每天工作16小时，每一个星期就有一天是通宵工作。创业维艰，凭借超人的努力，李嘉诚奠定了日后的伟大成就。

在经营塑料厂时，有一次一位外国商人来港参观李嘉诚的厂房，并要求李嘉诚第二天给他3个塑料花的样本。这位外国商人对当时还是一个小商人的李嘉诚说，他的厂房实在太少，外商看出李嘉诚当时的资金不足，实在很难接下大单的生意。李嘉诚为了打动对方，就于当晚动员厂中所有员工，包括他本人在内，彻夜不眠不休地赶制了对方要求的样本。不单如此，他还揣摩到对方的心意，特地造出了3个款式，每个款式3个样本，共9个样本，以供对方于圣诞节时销售所用。这种诚意打动了对方。这在李嘉诚的人生中虽然只是一件小事，但却表现出李嘉诚从来不怕艰辛的精神。



勤奋并不代表一定成功。世间有很多人勤勤恳恳，但仍然一事无成。事业成功与否可能有天时、地利、人和的关系。勤奋只是催生成功的条件之一，并未涵盖所有成功的条件。但我们如果欠缺勤奋，害怕艰辛，成功的路一定会遥遥无期。

霍英东的售楼创意



朝鲜战争结束后，香港的经济也开始恢复并逐渐升温。霍英东敏锐地看到，香港的房地产业在不久的将来必将繁荣。1954年12月，霍英东果断地拿出自己多年经商赚得的120万港币，加上向银行贷款的160万港币，买下了香港铜锣湾的一幢大厦，开始向房地产业进军。他将自己的公司取名为立信建筑置业有限公司。

霍英东主要是将买下的旧楼拆除，重新建设新楼出售。这也是当时所有房地产商的做法。但是这样的经营方法有个很大的缺点，那就是资金回笼慢，因此平均利润率不高。一天，霍英东的一位老邻居找到他，说打算买一层他们公司建的楼。可是前一期盖好的楼已经全部售出了，霍英东只得以实相告。这时，这位邻居指着工地上正在盖的楼说：“就这一幢，你卖一层给我好不好？”霍英东灵机一动，说：“你能不能先付定金？”邻居笑着说：“行，我先付定金，到盖好后你把我指定的楼层给我，我就把钱交齐。”

从这个偶然的事件中，霍英东大受启发，想到了一个解决传统房地产业弊病的方法。他在建筑动工之前就开始宣传预售楼层，购房者只需先交付10%的定金，就可以预定下自己想要的楼层。等房屋完全建成以后，再以分期付款的方式支付剩下的房款，这样，大大刺激了人们的购房欲望。因为不需要一次支付一笔庞大的现金，很多阶层的人都有能力购买一套属于自己的房子。而且楼房建好后，如果所在地段的地价、房价上涨，那么已付定金的屋主可以把房屋转手卖掉，从中获得一笔可观的利润。而同时，这种新式售楼方式也对房地产商们十分有利。他



们实际上相当于借鸡下蛋，自己只需投入少量的资金，加上预购屋主们预付的现金就可以盖一幢楼了。也就是说他们原来仅有盖一幢楼的钱，现在则可以分散投资到几幢楼上，同时修建，必然能够获得更多的利润。从另一方面看，这样的经营方式还有利于公司长期的发展和业务的扩大。

霍英东把他的这一首创称为“房地产业的工业化”。他的立信建筑置业有限公司很快地发展壮大起来，一举打破了香港房地产生意的最高纪录。霍英东的资产犹如滚雪球一样，越积越大，没过多久便成为香港鼎鼎大名的千万富翁，房地产界都奉霍英东为第一把手。他终于实现了幼年时的梦想：“安得广厦千万间，大庇天下寒士俱欢颜！”



霍英东之所以有如此大的成就，在很短的时间内成为赫赫有名的千万富翁，这都源于他锐利的眼光、独到的思维，在做大事之前都几乎有100%的把握，从不打无准备、无把握之仗。

每天一款特价菜



香港实业家徐峰在广州花园酒店附近投资200万港币兴建了一家南海鲜酒家，酒家装扮得豪华气派，雄心勃勃的徐峰先生决心在大陆大干一场。然而，事与愿违，酒家开张后，却生意平平，头3个月竟亏损20多万元港币。

踌躇满志的徐峰实在想不通，这个酒店地处闹市区，为什么生意竟如此惨淡！是酒店的门面装修得不够档次？是店中的服务员素质太差？还是店里做的饭菜味道不好，分量不够？思来想去，他都否定了这些可能性，那么究竟是什么原因？

一天，他来到街上散心，走着走着偶然间看到西壕二马路有两家时装店，其中一家门庭若市，生意兴隆，另一家却门可罗雀，生意平淡。反差如此之大，一种职业的敏感促使他走到两家店铺看个究竟。经过观察，他发现生意兴隆的一家店里除了卖高档服装外，还另辟了几款特价服装，或八折或五折优惠出售。



看到这些，徐先生眼前一亮，决定效仿服装店的做法来解决酒店经营的不理想问题。经过紧张筹备，徐峰的南海鲜酒家每天推出一款特价的海鲜菜，其价格远远低于同行的价格，并通过新闻媒介大肆宣传。这一招果然灵验，顾客竟神奇般地多了起来，很多食客觉得特价菜新鲜，慕名前来。

也许有人认为降低菜价酒店要吃大亏，因为酒店决定降低的幅度令人吃惊，比如基围虾市价是每市斤 76 元，而南海鲜酒家降价后只卖 36 元，不只是没有利可图，还要卖一斤赔一斤多。然而，事实说明，食客们来此一趟绝不会单单要一道特价菜吃了完事的，谁会不再要上几个别的菜？特价菜上亏的，在别的菜上却暗暗补了回来，而且还要让食客们觉得价钱便宜、公道。一时间，南海鲜酒家成了羊城人一吃为快的好去处，南海鲜酒家也因此一炮走红广州城。徐峰先生在“美食周”一个月内单基围虾就销出 4 吨，至于他赚了多少钱，那就可想而知了。



价格低对消费者永远具有吸引力，以此作为赚钱的诱饵，则是一种常见的经营手法，关键是要做得巧妙。

概念营销



20 世纪 80 年代末，一种叫“派”的系列服装，在国内迅速走俏，这个“派”的命名是老板从数学概念上的“ π ”得到的启示。

当“派”系列服装席卷内地市场时，人们问杨敏德，为什么将溢达集团在内地生产销售的服装系列取名为“派”？杨敏德回答：“‘派’来源于数学中代表圆周率的符号‘ π ’，‘ π ’是希腊文，‘派’则代表中西文化的结合，而中国人讲一种服装穿得好看，又常说成有气‘派’。当然更深层的寓意是，圆周率在小数点之后的数字是无穷无尽的。而溢达集团的追求同‘ π ’的无穷尽、不循环的数字那样，也是永无穷尽的。”

20 世纪 80 年代末，随着内地生活水平迅速提高，民众对高档棉制成衣的需



求量很高。香港溢达集团总裁杨敏德看准了这个市场空当，决定开拓内地服装市场，向内地市场全面推出设计新颖、品质优良、裁剪合体的“派”系列服装。

不久之后，在全国各主要城市，随处都可见到标志明显的“派”系列服装专卖店，“派”系列服装专卖店在内地建立了100多个销售点，年销售成衣达60万件。内地市场成为杨敏德发展的重要基地。

“派”系列服装成功的根本原因还是因为，当时内地多年来由于产品机构调整缓慢，纺织品生产一向量多而质不高，导致销量下降，产品积压。另一方面，内地消费品市场发展迅猛，越来越多消费者追求高档次的服装，内地厂家又无力供应，消费者唯有购买质量有保证而价格昂贵的进口服装。



杨敏德的成功就在于能迅速适应市场变化，顺势而变地推出了“派”系列服装产品，树立了名牌服装的形象。

珠宝大王陈圣泽



陈圣泽是香港恒和珠宝集团有限公司董事长，他13岁来到香港，身上只带着1.7港币，如今他的集团营业额每年高达5亿港币。

20世纪50年代末，陈圣泽只身从大陆来到香港。开始了他40年的事业。当时他全家人都在大陆，以种地为生，生活相当清苦，他的父亲便嘱咐他出去闯一闯。经在港的亲戚介绍，他便当上了珠宝学徒，每月领10港币的工钱。初当学徒，陈圣泽负责的只是清洁和倒茶工作，一直到有新学徒加入，才开始真正接触珠宝工作，并成为手工最好的一个学徒。陈圣泽做了一年首饰技工，积了点钱，便急急自立门户，却两次失败。

陈圣泽归因于自己初入社会，识人不多，商场上的信用亦未建立。但他并不后悔。他说：“挫折绝不是一件坏事，遇到的每一个挫折，都不会完全一样，每次都是新鲜的，它可以造就一个人的应变、分析、抉择能力。”



尝试两次失败后，陈圣泽毅然赴美。当时，他仅能说一些极不流利的英语，对美国的认识，仅仅是美国的珠宝市场很大，是个珠宝行业很繁荣的国家。他在美国4年，到不少大珠宝公司工作过。

积累了足够的经验之后，陈圣泽于1975年卷土重来，回香港创立恒和商店，借他在美国对现代化珠宝厂的生产过程的认识，在香港开设了流水作业式生产的工厂，跳出了以往由技工一件一件做的框框，由此一步步成为香港的珠宝大王。



陈圣泽认为，成功之道只有六个字：刻苦、耐劳、诚恳。

推销起家的商界新贵



推销商品也是一门艺术，善于推销的人，日后自己创业就很容易成功。香港的“新贵”黄金富就是靠推销起家的。

黄金富早年在一家贸易公司当过文员，后来又做推销员，就是做了推销员才使他逐渐发达起来的。那是在1970年，传呼机兴起，由于黄金富对电子产品的偏爱，所以，他在广告上看到有人聘请推销员推销传呼机，就毅然辞职，去做推销传呼机这份差事，想不到，这一来竟使他大获成功。

刚开始，推销工作并不顺利，再加上传呼机是新兴起的东西，人们对它的注意力不够，况且价格昂贵，因此，对于上门推销的黄金富来说，吃闭门羹是常有的事。面对这种困境，黄金富总是这样自我激励：“干推销要努力、努力、再努力。”

就这样，在极端困难的情况下，他推销出了第一部传呼机。万事开头难，第一个成功，给了黄金富无限信心，而且，他对推销也有了自己的看法。他改进了推销方法，就是当他的传呼机售出后，还大搞维修服务，这一点在现在虽然较为平常，但在当时却是一个突破。有时顾客的传呼机在半夜出现问题，只要一通知黄金富，他马上就到，他这么做为的是让顾客满意，以自己的诚意来打动顾客，从而赢得信任。



他的售后服务，以其随传随到的独特风格迅速在顾客中传播出去，引起了人们的注意，以至于他的传呼机的销量与日俱增，曾经一个月就售出 300 多部，单单每月佣金的收入就高达五六万港币，这确实是一个奇迹。后来，他建立星光传呼集团，打开了传呼机在香港的新局面，提供了顺应潮流的新服务，一跃而成为巨富。



能吃苦、不怕失败、禁得起折磨……这些是商人必须具备的素质。有时挫折绝不是一件坏事，遇到的每一次挫折，都不会完全一样，每次都是新鲜的，它可以造就一个人的应变、分析、抉择能力。

财富精点

第 25 辑

来自宝岛的异军突起： 台商的赚钱故事

中国的经营之神王永庆、鸿海帝国创建者郭台铭、汽车皇后吴舜文等，这些不胜枚举的台湾商界精英无愧为台商的“领头羊”。



一个神奇公式



黄培源是台湾著名的投资理财专家，他多次提到一个创造亿万富翁的神奇公式。

假定一位身无分文的年轻人，从现在开始能够每年存下 1.4 万新台币，如此持续 40 年。如果他每年存下的钱都投资到股票和房地产上，并获得每年平均 20% 的投资收益率，那么 40 年以后，他能累积多少财富？

一般人猜的金额，多数在 200 万～800 万新台币之间，最多的也不超过 1 000 万新台币。然而依照财务学计算复利的公式，正确的答案应该是：1.0281 亿新台币，一个众人不敢想象的数字。

也就是说，一个 25 岁的上班族，如果依照这种方式投资，到 65 岁退休时，就能成为亿万富翁。黄培源认为，将钱存入银行短期是最安全的，长期却是最危险的理财方式。因为这种方式的年收益率太低，不适合作为长期投资工具。他以诺贝尔奖为例，诺贝尔基金会成立于 1896 年，由诺贝尔捐献 980 万美元。随着每年奖金的发放与基金运作的开销，到 1953 年，该基金的资产只剩下 330 万美元。眼见基金消耗殆尽，基金管理者及时觉醒，将基金由银行转移到股票和房地产上。理财观的改变彻底扭转了基金的命运，到 1993 年，诺贝尔基金的总资产已增长到 2.7 亿美元。



台湾人是出了名的擅长理财。他们有相当一部分人跻身富人之列，是跟他们对待金钱的态度有很大关系的。

有人才才有钱财



台湾首富郭台铭旗下的鸿海集团，10 年前营业额只有 100 亿新台币，而 2006 年的营业额达到 1 万亿新台币，10 年增长 100 倍，郭台铭创造的鸿海经营

第25辑 来自宝岛的异军突起：台商的赚钱故事



传奇的背后，究竟靠的是什么？

“我不懂模具，但是我会用人，会用专家，我们公司的机械博士有几十位。”这是鸿海集团董事长郭台铭的自谦之词，尽管鸿海是以模具起家，但郭台铭很清楚，善用人才，才是奠定鸿海30年来持续成长的基础。

在投资人才方面，郭台铭一向舍得花钱。以最早推动的“凤凰计划”为例，鸿海为了引进通信专家，公开在媒体上刊登年薪1000万的广告，外界看到了郭台铭寻找人才的大手笔，也看到了郭台铭做事的决心。

业界称郭台铭是台湾电子业“最敢给”的老板，但他自己的办公室却相当简朴，郭台铭说：“我没有个人物质享受的兴趣，而为了提升企业的竞争力，在投资设备和人才方面，我从不吝于花钱。”只要是世界上最先进的设备、最顶尖的人才，不管开价多少，郭台铭都会想办法雇用。

像鸿海并购了奇美通讯之后，为了要留住前总经理等研发及营销专才，他史无前例地发行了富士康国际控股“折价增资股”，简单地说，就是郭台铭让员工用折价现金增资，成为另一种技术入股的模式，员工拿出现金入股，让员工与公司荣辱与共。

从这个角度来看鸿海每年的尾牙活动，主要就是宣示“老板敢给”的决心，像2005年一个尾牙晚会上就送出包含股票及现金共4000多个奖项，总市值近4亿新台币。

郭台铭承认鸿海没有品牌，但人才、速度、成本、质量是鸿海品牌四大竞争利器，而其中人才排第一位。

从100万新台币到1000亿新台币，鸿海造就了第一批富豪；从第1000亿新台币到第5000亿新台币，主要是以富士康为主，造就了第二批富豪；从第5000亿新台币到2万亿新台币将造就下一批富豪。



知人敢用、善用使郭台铭创造了鸿海传奇。每个成功的企业家总有他独到的经营手段，而郭台铭恰恰看中人才的培养，在他看来有人才才有钱财。善于利用他人的智慧也是一种智慧。



用毅力来打通钱道



在台湾,当代工商界有一位受人尊重,连年名列台湾十大企业之首,被称为“汽车皇后”的巾帼英雄——吴舜文,她正是依靠惊人的毅力演绎着自己辉煌人生的创业神话。

1948年,吴舜文与丈夫严庆龄一起来到台湾。他们看到,经过战争洗礼的台湾已经被日本人破坏得凋敝不堪,尤其是工业极其落后,连螺丝钉这样的小零件都无法生产。夫妻二人见到这样的情景十分痛心,他们决定振兴台湾的工业。1949年,严庆龄专程赴美,考察汽车市场,吴舜文也随夫前往。3年后,两人学成归台。严庆龄在台北设立裕隆汽车制造厂,吴舜文则在丈夫的支持下筹建了台元纺织厂。

没过多久,吴舜文的台元纺织厂便经营得十分成功,台元纺织厂的产量不仅登上台湾榜首,而且又相继打开了欧洲、非洲、澳大利亚、美国、日本、中国香港等地的市场。就在这时,一个晴天霹雳在吴舜文头上响起——严庆龄患了脑神经萎缩症。5年后,严庆龄不幸去世,全部重任落在了她一个人身上。

面对业务上的许多障碍,吴舜文没有气馁。因为她和丈夫早就有个梦想,那就是设计一辆台湾人自己的小轿车。她邀请到台湾“中央大学”工学院院长34岁的航空工程博士朱信、33岁的机械学博士林石甫与34岁的土木工程博士张哲伟,结成坚强的“铁三角”,全力以赴地实现这一理想。

1986年4月,经过1800多个昼夜的反复设计测试,以朱信为首的工程中心全体员工终于设计出了台湾第一辆自己的新型小轿车。吴舜文用颤抖的手为这辆凝聚了许多人心血的小轿车题名为“飞羚”。

裕隆飞羚101型轿车上市后,以其美观的外形和良好的性能在台湾掀起了一阵购买热潮。一时间许多新店铺都纷纷以“飞羚”为名,它不仅仅代表台湾人有自己的第一辆新型小轿车,也成了台湾人引以为自豪的标志。吴舜文不仅被人们称作“纺织女王”,还获得了“汽车皇后”的美称,她将丈夫留给她的未完成



的事业发展了起来，并还在不断地壮大。



吴舜文的奇迹不是偶然的，而是靠着自己艰苦奋斗、百折不挠的精神获得的。在这个商业竞争激烈的年代，要想获得成功，必须进行经商的自我教育，培养自己卓越的创造力以及坚忍不拔的毅力。

创新过后是超越



王永庆成就了台湾的经营神话，同时，在不断变化的经济环境下，他带领“台塑”的全体员工，以高远的眼光，审视着未来，寻找着更大的发展空间。

20世纪80年代，那时候电脑还远没有今天这样普及。不过，一向对新生事物情有独钟的王永庆就已开始积极推动台湾企业的电脑化管理。为了改善石化产业许多中小企业的经营管理状况，他委派资深的主管担任讲师，举办了16小时的“管理电脑化课程”，向他们传授如何运用电脑来做好经营管理方面的工作，从而节约企业的管理成本。

当时，由于适合企业管理的软件很少，所以许多中小企业即使购置了电脑，也没有充分地加以利用。王永庆苦口婆心地劝道：“要跟上时代啊！就算是阎罗王，过去人少，他只要翻翻生死簿就行了，现在人这么多，恐怕他也要用电脑啦！”

后来，为了进一步推动电脑化管理，王永庆甚至选派人员，专门去给5家中小企业建立管理制度的电脑化作业，从建立管理制度，到培训电脑人员及设计软件工程规划，都进行了全程的指导，可以说是不遗余力。

当时，有人对王永庆这种做法很不理解，认为他不会“省事”，为什么不拿“台塑”的软件照抄呢？王永庆对这种“投机取巧”的做法不以为然，他认为，如果让这些企业照抄“台塑”的，只不过是让他们学到了皮毛，那就不是诚心想帮助



他们。除非这些厂商本身从小处一点一滴做起，否则就不能学到“管理电脑化”的精髓。

王永庆经常提出一些全新的观念和思路，这些观念和思路常常能引起人们的深思，并开创出一个新兴的产业。

王永庆之所以拥有这种见前所未见，想人所未想，敢为天下先的胆识，就是因为他的骨子里有一种不断超越自我和不断创新的意识，让他时刻怀着忧患意识，不断革新，从而推动事业的发展。



实现企业的不断创新，首先要求企业家本人不断地更新观念，具有前瞻性的经营意识。台商正是依靠不断的创新，才能在激烈的商业竞争中崭露头角，一往无前。

先建球场后建房



太平洋建设公司在台湾地产界是数一数二的巨头。由于该公司历史悠久，经营管理井然有序，推出的房子不论设计、品质均拥有不错的口碑。该公司推出的房子，即使价格比竞争者稍高，90%以上也能在预售期间抢购一空，因为他们在广告宣传上，经常有绝妙的创意佳作。

几年前，公司在杨梅附近推出的“阳光山林”别墅区，开始卖得很辛苦。因为距离台北太远，降低了顾客前往参观的兴趣。无人上门，当然就谈不上销售。

为此，公司召开检讨会议筹谋对策，大家共同认为“阳光山林”的地段、价值，以及发展潜力都具有竞争力，问题出在没有吸引顾客前来参观，如何才能突破这个难题呢？

有位策划高手经过呕心沥血的思考后，提议先建网球场，举办各项网球比赛并且和全省网球协会合作，免费提供场地设备，将重要的比赛移往“阳光山林”举行。

第25辑 来自宝岛的异军突起：台商的赚钱故事



在建筑工地举办球类比赛，尤其是类似网球这种时尚的运动，当然很能吸引运动员及爱好者前来一游。此举比传统的销售来得高明，主要是因为来此运动的大都是有购买力的中上阶层人士。当品质一流的网球场建成，并陆续举办了多项重要的比赛之后，“阳光山林”这个本来门可罗雀的工地，每逢假日便车水马龙，人潮不断，本来无人问津的别墅也一幢幢地卖了出去。



不怕做不到，只怕想不到，只要肯动脑筋，总能解决问题。有时候，我们可以适时打乱一下思维顺序，说不定能收到另一种意想不到的效果。

防患于未然



金石堂书店是台湾首创的大型书店，它在台湾省有91家分店，仅仅是汀州、忠孝、城中、站前这四家分店的总销量，就占了全省书籍销售总量的1/5。在加拿大，金石堂书店也拥有一些分店。书店还结合了文具店以及电脑销售系统复合经营。

金石堂书店成功的因素在于概念不凡，管理出众，不管是静态的设计布置或动态的促销活动，都能突破旧式书店的格局和方法而办得有声有色。它不但为爱书人创造了崭新的选购空间，也为台北地区注入了书香与文化的气息。

书店对经营的地理位置的选择，也是其成功的一大原因。每家分店的位置都吸引了不同阶层的爱书人。忠孝店、站前店、城中店都位于该地段最显眼、出入通畅的位置。

然而金石堂发现汀州店的位置的隐患在于，假如有人在罗斯福路东侧与新生南路北侧交会处附近，设立一家大型卖场的书店，那么汀州店能吸引的人潮势必大为减少。

为了防止此不利情势的发生，金石堂书店未雨绸缪，经过审慎的评估之后，抢先在罗斯福路东侧成立“台大店”。这一策略不但具有阻止其他投资者的“侵入”，解除了汀州店的隐患，还将台北市最大的一个文化圈，全部纳入其金石堂书店的

全世界有钱人都在读的赚钱故事

战略版图之中。



人无远虑，必有近忧，成功者总是提前将潜在的隐患消除掉。而金石堂的高明更在于虚设对手，这一招令人拍案叫绝。

微利必求成大富



陈茂榜是著名的企业家，他只有小学学历，却荣获了美国圣诺望大学的商学名誉博士学位。因为他养成了每晚至少读两小时书的习惯。

陈茂榜生于 20 世纪 30 年代，少年时代进书店打工，任店员兼送货员，每天骑自行车跑几百个地方，月薪仅 12 台币。此店同时兼营留声机、收音机业务。老板为了扩大业务，规定个人推销一台收音机可得佣金 1 台币。

陈茂榜想到自己的客户中有很多人是富人，可以在送书的同时捎带推销收音机。由于勤奋老实、忠厚可靠，客户中凡买收音机的都愿找他。他每月推销收音机的收入可达到 20 多台币，远远超过了当店员的 12 台币月薪。这在当时是一笔不小的收入。

陈茂榜由于“微利必求”，不仅通过勤奋劳动得到了额外佣金，还得到了意外的启示——他看到了整个家电行业的前途，遂下决心自己经营电器。于是，陈茂榜以 100 台币的资本起家，很快创下了 10 万台币的家业。

由于他的经商本领高人一筹，所以生意越做越红火。到 1956 年他设立了东兴电器公司，后又合并改为声宝电器公司。现在此公司在台湾已拥有 4 家大工厂，5 家大公司，70 家服务站，500 余家经销商。到了 1983 年，其总资产已达到 119 亿新台币，成为台湾的“电器先驱”。



“见利必得”不因利小而不为的赚钱心态，使得陈茂榜能从卖苦力当店员发展到亿万富翁。



非同寻常的广告



谣言可畏，有时候一句谣言足以让一个企业倒闭，看看台湾某公司是如何击破谣言并反败为胜的。

台湾产“玛莉药皂”本来是销路很好的商品，但由于一度传说美国进口的药皂中“G-11”含量过大，有害人体，于是它的销量一下子萎缩了2/3。制皂公司在检测产品没有问题之后，决心挽回影响。

他们在台湾主要报刊上同时刊出一则“玛莉征求受害人”的广告。说凡是因使用“玛莉药皂”有不良反应的，经医院证明，且复查属实，就可以得到50万新台币以上的赔偿。但要求受害者10天之内将有关证明直接寄到律师事务所。3天以后，又刊出这则广告，只在标题中印出“截至目前为止，无应征受害人”。又过3天，广告再次出现，标题中说“应征受害人有两个”，然后说明其中一个没有医院的证明，不受理，而另一个在复查中。再过3天，广告第三次出现，题目为“谁是受害人”，说那个受害人经复查，皮肤红疹为吃海鲜所致，受害人自行撤诉。并申明，一过10天期限，就不再受理此类案子了。

等到超过10天期限5天后，他们马上登出整版广告标题为“我是受害人”，说自己才是最无辜的受害者，因为寻遍世界各地，并无“玛莉药皂”致病先例！广告上设计了一副手铐铐着“玛莉药皂”。这则广告一做，果然引起轰动，轰动之余便是“玛莉药皂”的销售回升。

值得说明的是，广告中有两个应征受害人是公司虚构的，属于做“假戏”，然而也正是这“假戏”取得了吸引顾客瞩目的效果。

这一系列广告富有戏剧性，悬念、冲击、高潮均安排得当，堪称一流佳作。大大增加了顾客对广告的信赖程度，也在无形中提高了制皂公司的信誉。



谣言可畏也可用，一句谣言足以让一个企业倒闭，也可以令一个企业声名鹊起。有时候危机往往是转机！有人传造谣言，精明的企业家大可逮住这个机会，反将一军。

突出差异性



在台湾的食品业中，“味全”、“统一”、“味王”可称得上是鼎足而立的三张王牌。这三家的食品因为种类多、品质好而有很高的市场地位和占有率，很难有人能够动摇其地位。

不过，最近几年来，这三家企业在罐头食品方面，却遭到强劲的挑战。其中尤以“大茂”来势汹汹，令这三家元老如坐针毡，深感不安。“大茂”从事食品业也已有数十年的历史，过去只因经营作风相对保守，所以知名度较低。但是，最近几年，他们经营创意不断，才被市场上其他对手视为可怕的竞争者。

首先是“大茂”的“黑”瓜的推出。瓜的种类当然多不可数，名称也令人记不胜记，不过查过所有的植物本名、学名，都没有一种瓜是称为“黑”瓜的。任何用小黄瓜经酱腌渍过的酱瓜都会呈黑色，所以基本上所有的罐装瓜应该都是黑瓜才对。不过，大家都称之为花瓜或酱瓜，没有人叫黑瓜，唯独“大茂”大胆地称为“黑”瓜。这一“黑”字就将它与其他品牌的产品作了区别，也为它的销售打开了一条通道。

其次是“大”土豆麦筋的品牌创意。这个产品本身亦没有什么特色可言，口味的淡、咸则随个人感觉喜爱而异。至于土豆，当然有大有小，很少有人会刻意地去加以比较。然而，“大茂”却在它的土豆麦筋上加了一个“大”字，这个“大”字即大大地使该产品异于其他品牌，因此也使该销量大为提高。



销售产品就得突出自己的差异性，要让自己的产品与众不同。至少也得要让产品的名称与众不同。

第26辑

女人也有半边天： 女强人的赚钱故事

心理学家和社会学家认为，女性具备经商所必需的特殊素质。女性的许多品质，男性很少或根本不具有。女性的优越天性有创造性、道德价值观，包括诚实、忠诚、可靠、热情和忍耐等，还有吸引力。在当今越来越开放的社会潮流中不断涌现出一批精于商道的优秀女性，她们把追求家庭舒适、安宁、繁荣的本性逐渐反映到了商场上。



女性更需要坚持梦想



黛比是美国一个普通工人家庭的女孩。她 13 岁时就依照巧克力食品包装袋上的制作方法焙制甜饼。结婚后不久，她便想开一家甜饼专卖店。她拜访了许多精明能干的老板，询问他们的建议。但他们的意见如出一辙：“放弃这念头吧，人们的嘴巴已经被甜饼塞满啦！”她丈夫倒很支持她，但他也担心会失败。黛比还是坚持在 1977 年 8 月开张了她的“菲尔兹太太甜饼店”。第一天，她在店里站了一上午，一个甜饼也没卖出去。她丈夫曾和她打赌，认为她这一天下来，绝对赚不到 50 美元，看来她是输定了。

但永不放弃的决心使她坚持了下来。站在店里等不到顾客，她便将一叠甜饼放在托盘上，在大街上来回奔走，免费赠送。甜饼免费送完了，黛比便回到店里，继续烘烤甜饼。而这时开始有顾客上门了，她认出这些顾客就是刚才在街上免费吃甜饼的人。这天结束时，她点点钞票，足足赚了 50 美元。到 1983 年，菲尔兹甜饼业已有资产 3000 万美元，共有 160 家分店，分布在美国 17 个州，以及香港、东京、新加坡、悉尼等地。



最困难的时候也是最需要坚持的时候，这是对自己勇气和毅力的严峻考验，女性更需要坚持。

“被遗忘的女人”



常常苦恼买不到衣服的胖女人南茜走出第六家服装店，真的有些绝望了，难道偌大一个内华达州就真的买不到一件适合自己穿的时装？

第26辑 女人也有半边天：女强人的赚钱故事



从生下第二个孩子开始，不到三年的时间，南茜的体重增加了80磅，到处也买不到像她这样身材的女人可以穿的漂亮时装——时髦的新款没有大号码，有大号码的款式既难看又过时。那些时装设计师和商人们只注意到那些身材苗条的女人，而忽略了为数众多的肥胖女人。无奈的南茜只好自己动手做起各式各样的时装来。好在对于曾经是服装设计专业高才生的她来说，这并不是是一件很困难的事情。

有一天，在买菜回家的路上，南茜遇到了两个和她差不多胖的女人。她们惊讶地问她的衣服是在哪儿买的。当得知是南茜自己做的时候，两个胖女人摇着头失望地走了。南茜回到家中，突然一个念头涌上来：能不能开一家服装店，专门出售自己设计的为胖女人制作的时装？

第二天南茜就风风火火地干了起来。新店开张后，生意出乎意料地火爆。原来，竟有那么多胖女人渴望着专为她们设计的服装。没过多久，南茜的时装公司就拥有了16家分店及多个分销处，她每年定期去欧洲进布料，在美国各地飞来飞去巡视业务，豪宅、名车也随之而来。最让南茜高兴的是，她每天都可以穿一件自己设计的漂亮的时装去逛街。

南茜创办的那家时装公司名字就叫：“被遗忘的女人”。

不久，美国内华达州举行“最佳中小企业经营者”选拔赛，南茜赢得了冠军。南茜夺冠的秘诀其实很简单，只不过把服装尺码改了一个名称而已。一般的服装店都是把服装分为大中小以及加大码四种，南茜的唯一不同做法就是用人名代替尺码。

玛丽代替小号，林思是中号，伊丽莎白是大号，格瑞斯特是加大号。她们都是女强人的代表。这样一来，顾客上门，店员就不会说“这件加大号正合你身”，取而代之的是“你穿格瑞斯特正合身呢”。

南茜说：“我注意到，所有到店里来买大号和加大号服装的女性，脸上都呈现出不很愉快的神色，改个名称情况就完全两样了，况且像玛丽这些人都是名声很响的大人物。”

在挑选店员时，南茜也别具匠心，站在大号 and 特大号服装前的店员个个都是胖子，无形中又使顾客消除了不好意思的感觉，因而她的服装店个个顾客盈门，利润滚滚。



有效地把握市场需求，掌握顾客心理，才能找到潜在的利润增长点。



商海女王卡莉·菲奥丽娜



惠普前总裁兼首席执行官卡莉·菲奥丽娜是惠普有史以来第一位女性高管人员。她上任后做的最引人注目的事情就是并购康柏。

上任不久，她就开始寻找大型并购对象，康柏就这样出现在她的视野里。惠普和康柏于2001年6月就合并达成了基本共识，在经过长期仔细的规划之后，他们才将消息公布于众。

但是，整个合并过程充满了曲折。首先是惠普公司上层之间的分歧。公司奠基人老沃特的长子沃特·B. 惠勒特 (Walter B. Hewlett) 是惠普公司董事会常务董事，他最初支持菲奥丽娜的合并计划，但是后来又坚决反对，因为他认为与康柏的兼并案可能损害惠普公司投资者的利益。惠普合并之争使惠普高层分裂成两派。最初菲奥丽娜被视为“外来者”和不理解“惠普方式”而受到指责，但是她最终说服了惠普公司董事会通过了合并案，出色地完成了高科技产业有史以来最大规模的公司合并。在此过程中，她展现了自己杰出的才能和人格魅力。这起价值190亿美元的交易实施后仅仅一年，她就已经将年成本削减了35亿美元，超过预期达10亿美元，并提前一年完成。这让她的支持者们感到欣慰。

合并后，惠普公司的个人电脑制造成本下降了26%。而惠普的平均税前利润率达到10.7%，超过了IBM的9.7%。惠普现在只用5条供应链就组织起了所有销售商。很多供应商通过互联网与惠普相连，获得实时消费数据和自动更新的订单，这能帮助惠普再节约10亿美元。

合并后的惠普解雇了1.7万名员工，但是惠普公司在关键领域的市场份额却大大增加了，其研发能力也大大增强，新专利层出不穷，新产品不断推向市场。此外，惠普公司还从宝洁公司得到一份为期10年总额达30亿美元的外包合同。这次胜利使惠普公司的销售出现了强劲的增长。

1998年，当美国《财富》杂志第一次把菲奥丽娜女士作为全球最有影响力的商界女性放在封面时，她还鲜为人知。但是在随后的5年里，菲奥丽娜作为美国20家最大的公司之一的第一位女性首席执行官，以其卓越的业绩连续5年被《财



富》杂志评为世界上最成功的女性企业家，甚至有媒体称她为“商海女王”。



卡莉·菲奥丽娜为公司拟出了新方针，并使具有悠久历史的企业文化充满新的活力。

日用品行业的女巨人



前几年，宝洁公司的经营状况很不好，成本开支不断上升，公司较大的一些品牌产品——其中包括帮宝适、汰渍和佳洁士等品牌销售量不尽如人意，利润率日渐萎缩，公司的股价也下跌了43%。

宝洁公司为了重塑自我，使公司成为品牌缔造大师和成长型公司的典范，进行了艰苦的努力。董事会副主席苏珊·阿诺德女士在这个时候大显身手。

宝洁的企业文化历来以规矩多而闻名，但是苏珊·阿诺德女士大胆地突破传统，在部门内部大力开展创新工作。

首先，大力缩减新产品推出的时间。虽然不对新产品做过多的测试，不对新产品做试营销就推出产品并非宝洁公司的工作作风，但是，用户测试需要时间，而时间正是宝洁公司高层逐渐丧失的一种奢侈品。苏珊·阿诺德女士说：“我们没有时间做到尽善尽美。这个行业是建立在流行和时尚基础上的，你必须依靠直觉、本能和勇气。”

2001年，当婴儿潮的一代人竞相购买Botox的时候，苏珊迅速推出了玉兰油新生焕肤系列产品，该系列护肤品基于创伤修复技术，这也是宝洁公司一直在与法国Sederma实验室共同开发的技术。如今，新生焕肤系列在美国竞争激烈的抗衰老护肤品市场上名列榜首。

此外，苏珊·阿诺德女士还打破了公司内部不同部门老死不相往来的传统，在不同部门的员工中集思广益。“我们不再不相往来。”苏珊·阿诺德女士说。而这源于她在公司举办的“海报秀”闲逛的时候获得的一些创意。“海报秀”是宝洁公司举办的一项内部展示活动，每个部门都会在这个内部展示会上用图板列



出最近取得的成功及最佳创意。

这些努力取得了明显的成果。在过去两年里,宝洁公司已经把新品热销率(资本收益高于资本开支的新品所占的比例)从70%提升到了90%。这一表现非常出色,因为根据市场研究机构信息资源公司(Information Resources)介绍,这个行业内半数的新产品在头一年里就会夭折。“我跟踪研究宝洁公司长达18年,”德意志银行(Deutsche Bank)分析师安德鲁·肖尔说,“它现在的表现最优异。”



大刀阔斧的改革气概并不是男人的专利,现代女性越来越具有领衔商潮的气魄。

保险女强人的戏剧经历



维维安·邦塔女士不是一个寻常的女性,她是世界上最大的金融集团之一——保德信金融(Prudential Finance)集团属下的个人金融服务部的首席执行官,同时,她还是该集团的副总裁。她所领导的部门在2003年创造了156亿美元的营业额——这占到保德信保险公司该年总收入的61%。如果该部门是个独立的公司,那么它能够在《财富》杂志世界500强公司排行榜中排名第111位。如此骄人的业绩几乎让人难以想象,但是,更让人难以想象的是,这位女子直到2002年3月才被任命为首席执行官。

然而,有谁能够想到,这位杰出的女性当年进入这个行业完全是出于偶然呢?

维维安·邦塔女士曾经在加利福尼亚州斯托克顿的太平洋大学读书,主修心理学,同时还选修了数学,毕业的时候她获得了心理学的学士学位。毕业之后,她首先做服装销售,而后又做过银行职员以及工程技术人员等工作。她的命运的重大转折出现在20世纪70年代,而她当时根本没有意识到这一点。

维维安·邦塔女士的母亲喜欢乘船旅行,在一次旅行中酷爱打纸牌的她偶然结识了一位美洲银行的官员,短短几天的交往之后,该官员告诉她的母亲:“如



果你女儿的个性大致像您，我就希望与她会面。”

这一句话改变了维维安·邦塔女士的人生，也使她最终在管理领域找到了施展自己才华的天地。

维维安·邦塔女士加入了大通曼哈顿金融集团，在该集团属下的骨干企业大通曼哈顿银行负责全球投资者服务工作。在她管理期间，该部门的收入增加了5倍，掌握的资产超过了3500亿美元，后来，由于业绩优异，她被任命为执行副总裁，负责全球投资者服务工作。1998年她加入保德信金融集团担任个人金融服务部门的首席执行官。



有时候一个机遇可能改变一个人的命运，而这些机遇往往是性格所带来的，所以人言常道：性格决定命运。

反其道而行



被称为美容界“魔女”的英国人安妮塔，曾位列世界十大富豪之一，她拥有数千家美容连锁店。不过，安妮塔为这个庞大的美容“帝国”创造财富时，却反其道而行，从没有花过一分钱的广告费，这在当时被认为是一种不可理喻的举动。

安妮塔于1971年贷款4000英镑开了第一家美容小店。在安妮塔的预算中，没有广告宣传费。正当安妮塔为此焦虑不安时，她收到一封律师来函。这位律师受两家殡仪馆的委托控告她，要求她要么不开业，要么就改变店外装饰。原因是像美容小店这种花哨的店外装饰，势必破坏附近殡仪馆庄严肃穆的气氛，从而影响业主的生意。

安妮塔又好气又好笑。无奈中她灵机一动，打了一个匿名电话给布利顿的《观察晚报》，声称她知道一个吸引读者扩大销路的独家新闻：黑手党经营的殡仪馆正在恫吓一个手无缚鸡之力的可怜女人——罗蒂克·安妮塔。

《观察晚报》果然上当。它在显著位置报道了这个新闻，不少富有同情心并



仗义的读者都来美容小店安慰安妮塔。由于舆论的作用，那位律师也没有再来找麻烦。小店尚未开业，就在布利顿出了名。开业之初，美容小店顾客盈门，热闹非凡。

无独有偶，当初美容小店进军美国时，开张前几周，纽约的广告商纷至沓来，热情洋溢地要为美容小店做广告。他们相信，美容小店一定会接受他们的热情，因为在美国，离开了广告，商家几乎寸步难行。

安妮塔却态度鲜明：“先生，实在是抱歉，我们的预算费用中，没有广告费用这一项。”

美容小店离经叛道的做法，引起美国商界的纷纷议论。纽约商界人人皆知的常识是外国零售商要想在商号林立的纽约立足，若无大量广告支持无异自杀。

敏感的纽约新闻媒介没有漏掉这一“奇闻”，他们在客观报道的同时，还加以评论。读者开始关注起这家来自英国的企业，觉得这家美容小店确实很怪。这实际上已起到了广告宣传的作用，安妮塔并没有去刻意策划，但却节省了上百万美元的广告费。

到了后来，美容小店的发展规模及影响足以引起新闻界的瞩目时，安妮塔就更没有做广告的想法了。但是当新闻媒体采访安妮塔或者电视台邀请她去制作节目时，她总是表现活跃。

安妮塔就是依靠这一系列的标新立异的做法使最初的一间美容小店扩张成跨国连锁美容集团。她的公司于1984年上市之后，很快就使她步入亿万富翁的行列。



安妮塔虽然没有向媒体支付过一分钱的广告费，但却以自己不断推出的标新立异的做法始终受到媒体的关注，使媒体不自觉地时常为其免费做“广告”，其手法之高令人拍案叫绝。



不求快只求准



布兰妮是一位普通的美国妇女，家境拮据。

一天傍晚，丈夫邀了几位朋友到家里来玩，布兰妮便去准备晚餐。晚饭时分，丈夫的朋友吃得赞不绝口。有个朋友心直口快，对布兰妮说：“你的烹饪技术最低都可以拿个二级职称，开家餐馆，顾客一定会很多。”

布兰妮听了朋友的夸奖，心里自然高兴。她决定每天早晨出摊售卖自己做的点心。并决定，一次只做10斤面粉的点心。由于她做出的点心色、香、味俱全，又采取薄利出卖，早上摆出去，很快就卖完了。到后来，一些顾客熟了，来迟了见没有了点心，还会到她家里来寻找，往往把她留下给自家人吃的点心都拿走了。

一个月下来，布兰妮卖点心所赚到的钱比丈夫的工资要高出3倍多。布兰妮觉得，卖这种点心虽然赚钱，但仅能帮助解决早餐的问题，若是作为一种商品向社会行销，没有品牌的名分，这就困难了。于是，她开始寻找新产品。

几个月后，她在一家书店发现了一本新出的《糕点精选》，其中有一则醒目的广告，是宣传全麦面包的。据广告上所说，这是一种富含维生素的保健食品，不管老少吃了都有好处。这种糕点是用全麦面粉和纯白面粉各自调和后压成薄层，再分层叠成若干层卷成卷，这就叫“千层卷”。这一制作面包的新方法，已经获得专利权，专利权所有者正寻找合作伙伴。

布兰妮看完广告，她觉得这是自己创业的机会。因为这种“千层卷”水分低，既便于长期保存，又符合人们在美食和保健两方面的需要，投放市场，必受顾客欢迎。布兰妮心里想：我一定要抓住这个机会。

布兰妮用抵押房屋的钱先买下做这种新式面包的专利权和一些必要的设备，余下一部分钱作为流动资金。她将自己开的面包店起名为“棕色浆果烤炉”。

此后布兰妮只用了十几年的时间，便把一个家庭式的小面包店，发展成为一家具有现代化设备的大企业，每年的营业额由3万多美元，增长到400多万美元，



布兰妮也跻身于富人之列。



布兰妮的致富历程并不是一步到位的，她给我们树立了一个榜样：创造财富不图一时之快，而是根据实际情况一步步计划发展，然后一步步地去实现新目标。

专职妈妈重返职场



1998年，布兰达·巴恩斯(Brenda Barnes)女士经过慎重考虑决定辞去在百事可乐公司的高级职位，回家专门陪伴3个孩子。当时，她是美国企业界里职位最高的女性之一，年薪高达200万美元。为了陪伴孩子而放弃辛辛苦苦挣来的一切，值得吗？她的决定在美国社会激起了强烈的反响，由此展开了一场异常激烈的争论。

在经济状况允许的情况下，许多职业女性都为了家庭而放弃了自己的事业。她们认为这样做的好处是显而易见的，尤其是能够和幼年的孩子待在一起更是无可替代的。但很多女性最终还是希望或是需要重新返回职场。但是，在重新就业的过程中，这些曾经为抚养子女而辞职的职业女性发现，重新找工作远比她们想象的要困难。经济不景气使很多条件很好的人都找不到工作，更何况是那些简历上留下大片空白的人呢。科技在飞速发展，虽然离开职场只有短短的几年，但是这些女性很快就发现自己已经落伍了。过去几年里，人们频繁地跳槽，这使得她们原来的同事、老师或是其他关系都不复存在。而且，她们的家庭也已经习惯了妈妈在家的生活，不愿意生活发生什么改变。

很多女性是在30多岁时辞职的，而这正是她们发展事业的黄金阶段。当她们想重新返回职场的时候，她们已经40多岁了，甚至更老。属于这种情况的女性“应当现实一些——她们已经没有强大的综合竞争力了”，纽约一家电脑公司的首席执行官凯文·瑞安(Kevin Ryan)说。相对她们离职时的薪水和职位水平，

第26辑 女人也有半边天：女强人的赚钱故事



“她们必须退后一步”。

但是，原百事可乐北美分公司总裁兼首席执行官布兰达·巴恩斯女士是个例外。她的职务不仅没有下降，反而比以前更高了。她目前是莎莉公司的总裁兼首席执行官。

当初，在离开别人羡慕的职位时，她就决定将来一定要重返职场。

为了实现这一目标，即使是在家里陪伴孩子的6年时间里，布兰达·巴恩斯女士也没有完全与商业界脱钩。她在6个企业的董事会里任职，并和一家私人投资公司（基地在纽约）保持联系，并承担了部分兼职工作。“采取必要的措施更新自己的技术，对那些为了家庭而牺牲自己事业的女性（但是又打算将来重新返回职场的女性）来说是很有必要的。”巴恩斯女士说。

6年之后，随着孩子们长大并陆续进了中学，布兰达·巴恩斯女士开始正式考虑返回职场的问题。

但是，她很清楚自己前面的路不好走。毕竟，过去的6年时间里，世界发生了显著的变化，希望一下子恢复到过去的职位是不太现实的，现在自己只能一步一步地来，尽可能地寻找机会使自己尽快地融入竞争激烈的商业界。

从1999年11月至2000年3月，布兰达·巴恩斯女士在思达伍德宾馆（STARWOOD HOTEL）担任临时总裁。2002年，她在克罗格管理学院担任兼职教授，并同时在其他大学担任客座教授。这些经历帮助巴恩斯女士找到了过去的感觉。为她今后担任更重要的职位铺平了道路。2004年5月2日，布兰达·巴恩斯女士被美国莎莉公司（Sars LeeCorp）任命为公司总裁兼首席执行官。

“从日常事务中解脱一段时间对人很有好处，”巴恩斯女士在就职仪式上说，“我现在觉得自己浑身充满了干劲。”

尽管过去取得了不俗的成绩，但是布兰达·巴恩斯女士认为自己在莎莉公司将面临全新的挑战，“这是一个新的起点，我期待着获得新的成果。”



布兰达·巴恩斯能从全职妈妈转为总裁跟她一直对决定的坚持和努力是分不开的。



第27辑

少年也能出将才： 大学生的赚钱故事

在校就读时，他们就梦想成就一番事业，
凭着自己学到的专业知识和实习期间获得的
经验，执著不懈，找到立锥之地，进而拓展
出一条条属于他们自己的洒满阳光的路。



人穷路不短



吴轼在温州土生土长,那年高考,他以全村最高分考入了北京一所重点大学。因为家穷,他一到北京就开始琢磨做些生意,补贴学习和生活费用。温州人素有“东方犹太人”之称,吴轼也具有精明的头脑。一个学期之后,吴轼对北京的服装行业有了相当的认识,便决心做一回“倒爷”。寒假结束后,他便与一些产品滞销的服装厂联系,由他捎上两个旅行袋的牛仔装,拿到北京投石问路,探探行情。

等两个旅行袋的牛仔装全部售完,一清点,居然有1800多元,扣除应支付厂家的成本,净赚1000元!牛仔褲的平均获利率在120%以上。

吴轼在第一次推销别人产品的过程中就尝到了甜头,尤其是厂家的滞销产品,只凭老乡关系,就可以先货后款,卖完了结算。这不是无本生意吗?何乐而不为呢?于是,他决定充分利用课余时间,大干一场。

经过一个多星期的调查之后,吴轼对服装行业有了更深刻的认识,他便以小老板的身份同商贩们侃起生意来了。他还特地花钱,印了一盒相当精致的名片,打上家乡温州某某服装加工厂驻北京办事处主任的头衔。这一招果然奏效,他不仅从这帮服装倒爷们的口中挖出了不少信息,还同一位财大气粗的摊主联系上了。二人一拍即合,合伙联手大批特批牛仔服。

吴轼以办事处主任的身份,同摊主谈服装的款式、价格、数量、发货时间等。一切都谈妥,签订了供销合同之后,吴轼便发电给温州那家服装厂,要厂里火速发货过来,越快越好。服装厂没料到吴轼有如此神通,喜不自胜,当即发了大批牛仔装。货到了,吴轼便拿着提货单和供销合同,找到摊主一手交钱,一手交货,钱货两清,吴轼便大大赚了一笔。而这批牛仔装,因为设计与众不同,做工也相当考究,一上摊,就被众多小商贩一抢而空。那位摊主也称吴轼有眼力,表示愿意继续合作。



这一笔生意，吴轼就赚了几十万元。



对于一个大大学生来说，在校期间就成了款爷确实是值得自豪的事。穷则思变，“变”使吴轼走上了致富路，这就叫人穷路不短。

高学历的养殖户



一个叫凌娟的年仅23岁的农村女青年，通过对一条信息的整理、把握，在短短两年时间内就赚了20多万元。

凌娟大学毕业后，一次她在参加全县民兵致富经验交流会时得到一条信息，鹌鹑肉味鲜美，营养丰富，随着鹌鹑养殖业商品化时代的到来，消费市场已逐步成熟，其深加工产品正向深层次开发，鹌鹑养殖业具有广阔的发展前景。

于是，她立即对北京、上海、济南等市场进行详细的考察，并只身来到中科院拜访专家，几经酝酿办起了养殖场。没有技术，她一边学习有关资料上的养殖知识，一边向专家请教学习，从鹌鹑的生长习惯、饲料搭配等方面进行研究总结，并对其生长、繁殖、增重等情况进行详细记录。她通过实践发现，养殖鹌鹑成功的关键是育雏，若温度掌握不好，很可能会全军覆没。如何解决这一问题呢？凌娟从塑料大棚菜中得到启示，根据鹌鹑对温度、湿度和光照等要求特点，她建起了大棚，棚内砌了火道，随时烧火加温，按时通风透光，较好地解决了鹌鹑生长需要的条件。同时她还解决了种蛋孵化过程中的一道道技术难关，使孵化率提高到96%，成活率达到93%以上。为预防鹌鹑生病，发生疫情，她实行科学、卫生管理。同时，她还根据饲养技术与相关资料，选用10多个配方配制饲料，对每个配方都做对比试验，然后择优使用。

凌娟养的鹌鹑用料省，生长快，养殖效益显著提高，仅两年时间就收入20



多万元。



大学生不一定要去从事什么高层次的工作才算是有出息。
面对直接信息展开深入调查，一定能挖到人生的第一桶金。

卖的就是个新鲜



佐佐木是日本神户的一位大学毕业生。他毕业后打短工时，遇到一位中东来的游客，二人说话很投机，于是游客慷慨地送给他一只很有特色的打火机。

这只打火机妙就妙在：每当打火时，机身便会发出亮光，并且随之出现美丽的图画；火一熄，画面也便消失。

佐佐木反复摆弄、玩味，觉得十分美妙新奇。于是他向游客打听这种打火机是哪里生产的，游客回答说是在法国买的。

佐佐木灵机一动，心想这种产品，一定会受很多人尤其是年轻人的欢迎，要是能代理销售此产品肯定能赚一大笔钱。他一面想，一面就行动起来。他想办法找到法国打火机制造商地址，写信给他，十分恳切地要求代理这种产品。最后他花1万美元获得了这种打火机的代理权。

当佐佐木“搞定”打火机代理权时，日本还有几个商人想获取法国打火机的代理权，结果让名不见经传的佐佐木捷足先登了。若佐佐木没有抢先一步，他很可能竞争不过其他有代理商品经验的商人。

在推销打火机的过程中，佐佐木不停地思索着。由于受这种神奇打火机的启迪，他的灵感再次触动，想到了成人玩具，于是下决心发展成人玩具事业。

他从探究法国打火机的诀窍入手，先掌握其窍门，再进行改造，并由打火机推广到水杯等，设计制造了能够显示漂亮画面的水杯产品，大受日本人欢迎。

他造出的这种水杯，盛满一杯水时便出现一幅美丽逼真的画面，随水位的不同，画面也发生变化。人们用这种杯子品茶闲谈，简直是一种享受，于是都对这

第27辑 少年也能出将才：大学生的赚钱故事



种杯子爱不释手。

奇妙的打火机引导着佐佐木走上了神奇的发家之路，佐佐木积累资金后开办了一个成人玩具厂，专制打火机、火柴、水杯、圆珠笔、锁匙扣、皮带扣等带有奇妙特色的产品。



目前，任何行业都有人做，任何产品市面上都有，但佐佐木总是先人一步，在某项功能或某种款式上下工夫，做得有别于他人，所以他总是会取得成功。

磨刀不误砍柴工



1990年，25岁的美国大学生特普曼来到丹佛市，在第二大道的一套小公寓里，开始了他的创业生涯。

刚到丹佛，特普曼就徒步走遍了这个城市的每一个角落，了解、评估每一块好的房地产的价值，计划在这个城市发展他的房地产业。为此，他常常去看一些土地和楼盘，就像是这些土地的主人。

初来乍到，人们不认识特普曼。因此他必须计划好为自己的房地产业铺平道路的每一个步骤。他要做的第一件事就是尽快加入该市的“快乐俱乐部”，去结识那些出入该俱乐部的社会名流和百万富翁。对特普曼这样一个无名小辈来说，要想进这样高档的俱乐部，实在很不容易，但特普曼还是决定去大胆尝试一番。

特普曼第一次打电话给“快乐俱乐部”，刚说完自己的姓名，就被对方一声斥责挂断了电话。特普曼仍不死心，又打了两次，结果仍遭到对方的嘲弄和拒绝。

“这样坚持下去，将会毫无结果。”特普曼望着电话机喃喃自语，突然，他心生一计，又拿起了电话。这次他声称将有东西给俱乐部董事长。对方以为他来头不小，连忙将董事长的电话号码和姓名告诉了他。

特普曼得意地笑了，他立即打电话给“快乐俱乐部”董事长，告诉他想加入



俱乐部的请求。董事长没说同意也没说不同意，却让特普曼来陪他喝酒聊天。特普曼自然满口答应了。

通过喝酒聊天，特普曼逐渐与这位董事长建立了良好的关系。几个月后，在董事长的特殊关照下，他如愿以偿地成为“快乐俱乐部”中的一员。

在俱乐部中，特普曼结识了许多富商巨贾，建立了良好的关系网。

经过许多人的帮助以及自己的努力，特普曼终于挖到了第一桶金——500万美元。这是他闯荡丹佛的第一笔大买卖，也是他第一次独立做成的房地产生意。从此，他开始了在美国辉煌的经商生涯。



在创造财富的过程中，首先要把握人脉，这是成功的一大关键，人脉一旦打开，就能为后面的计划铺平道路。

把知识做成事业



北京大学新闻系的张朗，来自一个偏僻的山区，既没有什么办法搞到紧俏商品做“倒爷”，也没有能力当业余经纪人，只好靠当家教、打零工来勉强支持着他每月的生活费用。

有一天，张朗在学校门口发现一群人围在那里，他好奇地挤进去一看，原来是一个卖高考复习题的，他看了看就又挤了出来。不知为什么他想到了很多事，想到他那时为得到一本很难找到的高考辅导书，竟熬夜把借到的书全部手抄下来，想到了他在报上看到一些家长为了买到“教参”竟然排了整整一夜队……

突然，张朗眼前一亮，这是多么好的赚钱机会：出一本书，出一本备受高中生欢迎的书，这种书绝对不愁卖不出去。晚上，他躺在床上还盘算着这件事。同屋的一个哥们来了一帮老乡，几个人在一起神吹，这个说他们学校有多少学部委员；那个说他们的教授如何名扬海外；又一个说他们学校一次在全国能招至少10个状元……张朗听到状元两字，心里猛地一震，为什么不在这状元身上打点主意。北



京可以说几乎聚集了中国最有名的大学，而每年考入这些名牌院校的各种状元更是不少。让这些状元谈些经验、秘诀，然后自己稍加编写，这本书准能畅销。

第二天开始，张朗就开始通过各种关系找出书的渠道。终于有一家出版社的总编对这本书表示了兴趣，当他认真地看完张朗精心编写的写作大纲后，当即拍板：这本书我们出了。

于是，张朗就开始了他的采写工作。一开始他每天骑一辆破自选车，到人大、北大、清华、北外去走访，死磨硬套地从那些状元那里抓素材。等到素材准备得差不多了，张朗一头扎进图书馆，没日没夜地写了起来。两个月后，一本 20 多万字的书稿完成了。



致富的机会总是有的，问题在于你去抓它，还是不去抓它，这就是人生的十字路口。

处理边角料的“钢铁大王”



20 世纪 80 年代初，农村经济体制的改革极大地调动了农民的生产积极性，也提高了农民对生产投入的兴趣。一段时间里，一般农户对镰刀、锄头等最基本的生产工具需求大增，导致生产这类农具的原料——毛铁和钢板供不应求，在一些地方甚至完全脱销。与此同时，在国营大厂的围墙里，堆着大量边角料和废铁板，如何处置这些“废物”成了厂长们的一块心病。

在这种情况下，一位“钢铁大王”应运而生了。

所谓“钢铁大王”，也并没有什么特殊之处，只不过是一个一般院校毕业的专科生。然而他的头脑十分灵活，这是最重要的。

有一天，他到在供销社供职的同学那里喝茶聊天，偶尔说起毛铁脱销以及城里一些工厂的边角料怎么比毛铁还好的事，他就想起了自己的一位姑父在 H 城一家船厂里工作，眼前突然一亮。第二天一大早，他装着 80 块钱的全部资本直



奔H城，找到了在造船厂当保卫科长的姑父，又通过姑父找到了厂长。富有人情味的厂长一听说需要他们厂的废钢铁，便吩咐派辆卡车送去。这一趟他是无本万利，净赚了1000多元。

几天后，他就买了礼品去H城，还拉着那位同学——算是供销社领导，一起登门致谢，并同厂方订立了长期协议：所有废弃的边角料都被他们以极低的价格包销，一包就是3年。

以后，“钢铁大王”更是如鱼得水，尝到了更大的甜头。货源有的是：造船厂的拉光了，被介绍到机械厂、机床厂；H城的拉光了，又被介绍到N城、S城……市场更是不成问题，本地市场饱和了，便销到外地、外省，开始是用汽车运，后来就改用火车车皮装。

他的生意越做越大，人缘越混越好，财路也越来越宽。等到别人也明白过来，一哄而上时，他已经“金盆洗手”，另谋别的财路去了。



财富藏于细节，用心留意细节，废物也就变成了宝。

“抚摸”出来的财富



傅苏美大学毕业后，压根儿就没想去找工作。因为就在毕业前几个月，报纸上的一篇《婴儿按摩有“钱”途》的文章让她很感兴趣。傅苏美从小爱好按摩，她很想开设一家专门为婴儿提供按摩服务的按摩室。婴儿按摩虽不能按普通方式操作，但毕竟与成人按摩有相通之处。

经过一段时间的学习和训练，加上早有按摩基本功，傅苏美很快就掌握了婴儿按摩的技巧。为了稳妥，她又出资委托市场调研公司进行了一个星期的市场调查，结果有80%的受访者都表示很需要这项服务。

傅苏美的婴儿抚触室尚未正式开张，就有家长怀抱婴儿希望她提前“上班”。她说，把婴儿按摩称作“婴儿抚触”更为确切。将裸体婴儿放在暖色调的床单上，



轻轻地在婴儿的脑腹部、手脚部及背部进行按摩。一般情况下，婴儿出生第二天就可以做抚触，每次抚触15分钟为宜，有条件的最好坚持每天给婴儿抚触一次。一般婴儿可抚触到3岁左右。

现在，傅苏美的婴儿抚触室每天早上8:30开门时，门口就有人已在等候。遇到忙的时候，傅苏美只好叫餐馆送碗米粉充当午餐！

至于开设婴儿抚触室的收益，傅苏美说，一个月下来有好几万块。她还说，现在是一个“要致富，讲技术”的时代，有时，我们完全可将自身的某种业余爱好转变成一种致富门道。



有一句话说：当命运对你关上了一扇门，同时也会为你打开另一扇门。然而，要打开这扇门并通过它走向成功，就需要敏锐的眼光和敢于丢弃某些旧观念的魄力。

随时准备着创业



陈洪舰是长春大学工商管理专业大一学生。他是一个很不“安分”的人，从小就愿意接触新的事物，但他的创业激情来自于他的父亲。他父亲是第一批“下海”的商人，由于种种原因，父亲没有成功。为了改变自己的命运，也想为父亲争口气，陈洪舰萌生了自己干点事业的想法。在他14岁时，见舅舅炒股，自己就跟着学，课余时间还经常去附近的股票市场转转，有时还试着买股票。

陈洪舰意识到，要想挣大钱，必须学习。于是在初中时，他看了许多商业、经济、金融、法律等多方面的书籍。到高中毕业时，他几乎把管理学案例都阅读了一遍了。父母怕他耽误学业，可陈洪舰的学习一点都没落下，顺利地考入了大学。

一次偶然的的机会，他结识了长春理工大学的两个朋友，在闲谈中得知他们在策划一个创业团队，陈洪舰对此产生了浓厚兴趣，因此三个人一拍即合。随后他们开始自我定位，利用课余时间考察市场……最后决定成立一家公司做代理采购



和校园团购业务。初期，因为经验和资金不足，他们只能以“大学生联盟”的形式出现。随着业务的增多和范围的扩展，他们找到了一条新的出路——电子商务。

随后，他们联系了身边所有会网页制作的朋友和同学，大家商讨要建立一个真正属于大学生自己的网站。经过努力，他们投资 8 000 元，在一个小屋里成立了左岸工作室，团队的核心也扩充到 6 人。随后，他们又先后以个人和企业身份加入团市委领导下的长春创业青年俱乐部，在政策和信息方面得到大力支持，现在这两个企业已经拥有 50 万元的固定资产。



机会只给有准备的人，很早就开始注意学习和接触新东西，有助于打开思路。

业陪善益家国联

第28辑

精英也在为他们打工： “80后”富翁的赚钱故事

“80后”，即20世纪80年代出生的一批人。不知从何时起，“80后”作为一个符号常被人们挂在嘴边。他们的所作所为总是被放大并呈现在大众的视线里，对他们的讨论似乎也一直没停过。在中国商界，尤其是互联网界，一批“80后”正在悄悄走进富翁的行列。眉眼间稚气未脱，却有着上千万，甚至上亿的财富，手下管理着几十号、几百号人。这批年轻新贵们的出现，似乎在一夜之间颠覆了人们心目中传统企业家的形象。



戴志康——执著的“80后”



在当今中国互联网界，有着一批“80后”。“网络新贵”“VC宠儿”“一夜暴富”等成了他们的专有名词，他们牢牢吸引着人们的目光，戴志康就是其中的一位。

短短两年时间，这位青年才俊身价已迅速蹿高至近亿元。

他的成功，可以说是这个充满偶然机会年代里的一个必然，同时也是他多年坚持自己理想的一种结果。

1992年，当他还只有13岁的时候，他第一次接触到了电脑。在父亲的指导下，他开始学习编程。他说，就是这个小小的电脑，从此完全改变了他的生活。他突然觉得，倒腾电脑是最能直接帮他实现梦想的一个手段。

中学以后，因为着迷电脑，他的学习成绩并不出色，但戴志康还是凭着自身的天资，顺利地考上了哈尔滨工程大学。可是在大学里，填鸭式的教育、陈旧的教材以及身边很多同学的不务学业，让他更觉得应该做点自己喜欢的事情。于是从大二开始，他就自己花钱在外面租房子，就是在那个时候，他着手开发自动社区生成软件“Discuz!”。

戴志康是一个特别执著的人，不会轻易放弃自己认定的事。他在高中时曾因为不吃辣子，同学嘲笑他不是男人，之后他就天天找那种好像一吃就能“着火”的超辣方便面来吃，弄得他现在没有辣子都没法吃饭，另外还有一次，因为老师曾给他内向、不善言谈的评语，他就天天找人说话，找不到人，就自己对自己说。

正是这样的一份执著与坚持，这套由他独自一人全力开发并让他在大学付出“三次纪律处分、15门考试不及格”代价的社区软件，不仅让他毕了业，还让他在找工作时成了抢手货，曾有公司愿意出30万元年薪邀请他加盟。

但戴志康没有去这家给他30万元年薪的公司，执著的性格与良好的心态帮助他选择了继续冒险做自己的事业。戴志康当时只有一个简单的想法，那就是他所要做的事情，一定要承载得起未来5~10年的一个理想。



果然，他没有让自己失望，丢掉了芝麻，捡起的是一个大西瓜。2003年，戴志康怀揣“Discuz!”软件，只身来到了北京，他要自己创业。仅仅花了两年的工夫，就把这套软件由原来的年收入几万元，迅速做到500万元。



执著是最重要的创业素质，执著是贯穿始终的原动力。
执著可不是为了一个明显看得到的希望而奋斗，而是“为
了一个一直都看不到前途的事情干上三年”的劲头。

“一生成功一两次就够了”



本来可以靠卖软件就能过上很殷实日子的戴志康，没有就此罢休。2005年下半年，他将“Discuz!”免费提供给用户。因为他还有一个更大的野心，那就是建立一个自己的庞大用户群，他的目标是要做一个互联网技术服务公司。

种种举动，也让风险投资公司趋之若鹜。最后，一直以动作快和出招奇著称的美国红杉投资把“绣球”抛给了这位执著、自信、有理想的年轻人。

目前，戴志康占了公司50%以上的股份，依然是最大的股东，说话照样算数。更重要的是，这笔巨款的注入，迅速成就了这个技术出身的年轻人的商业传奇和他的人生梦想。

对戴志康来说，似乎赚钱一直都不是一件难事。在他还是初中生的时候，就靠兜售自己编写的软件赚了300元。之后又开始给电脑报写稿子赚稿费，先后共写了15篇，又赚了3000元。

这3300元一直原封不动存放在戴志康的储钱罐里，舍不得花掉一分钱。等戴志康到了2003年上大三时，他已经可以靠卖他自己研发的“Discuz!”挣钱了。2004年，当他背着电脑独闯北京的时候，身上已有了几十万元的积蓄。现在的这个公司就是用他在大学里挖得的“第一桶金”注册成立的。

“对我来说，赚钱很容易。给我5年的时间，我的公司会成为最好的互联网



公司，公司做好了，也许我要把它出售，30岁就退休，去享受生活，开飞机，租游艇、买海岛。40岁转行当老师，把自己的经验传授给像我这样的年轻人，帮助他们成功。一生成功一两次就够了。”这就是戴志康的人生规划。



人生的意义不在于拥有多少财富，而在于用最有效的方式去获得最大的财富，利用财富去实现人生的价值，去享受生活。

李想的理想



李想的泡泡网是一家从事电脑硬件、个人和办公数码产品的信息服务网站。6年前，在石家庄某中学读高三的李想没有对未来做过多谋划，只做了一个简单的决定：不参加高考。李想平时的考试成绩在班上居于末段，把升学率看得很重的老师没有反对。

李想第一次接触电脑是在初一时，他立即着了迷，不想再学之前喜欢的美术。妈妈也不强迫，尽管学校搞美术的朋友认为李想很有美术感，但妈妈并没有答应他要买电脑的央求。李想生气地说妈妈没文化，还偷偷地哭了。

到了高一，李想终于拥有了自己的电脑。他清楚地记得当时花了8000多元，并且是按自己要求的配置攒的一台机器。当时只能拨号上网，李想的月均上网费用为七八百元，花的都是自己的钱。这个钱是他给计算机专业报刊写稿，谈自己在计算机硬件产品运用上的感受而得的稿费，“我从小作文就好，写稿不困难。”李想这样说道。

高三时，李想搞了“显卡之家”的网站，每天花费7~8小时，更顾不上课程学习了，他已经明确地知道自己喜欢什么，以及将来要做什么。班主任也知道他懂电脑，曾让他给石家庄某医院装过电脑，认为他是“为电脑而生的”。

第29辑 精英也在为他们打工： “80后”富翁的赚钱故事



李想坚持自己的主张：“妈妈，你不懂，如果上大学，我这网站就死了。我还要挣钱，网站不往商业方向发展不行。”看儿子如此坚持，母亲放弃了自己的想法，不过要求他好好学习。

1999年，李想的个人网站靠送上门来的网络广告就赚了10万元，这一年高中毕业，成绩平平，李想放弃了上大学而直接创业。2002年，李想告别父母，从石家庄来到北京，招兵买马，开始“正式的商业运作”。自此，PCPOP的广告销售每年以100%以上的速度增长，2005年，又从IT产品向汽车业扩张。今天，当初红火一时的小熊在线、走入中关村等网站要么止步不前、要么销声匿迹，领先的中关村在线和太平洋在线都背靠大媒体或大卖场资源，而势头最劲的PCPOP单纯靠内生性增长取得了不凡的业绩。

泡泡网2006年规模几经扩展，人数从不足50人到80人，又到100人，目前超过了110人，预计将发展到180人。700平方米的空间已经无法容纳这么多人，公司的发展也到了需要注意商务形象的阶段。



“80后”，做事情比较果断，但在性格上有些浮躁，且在困难面前不能坚持。即使是像李想这样的成功人士都有这些通病，而他们所能做的就是不断地修正自己，保持自己清晰的头脑。

初中文凭也能当总裁



1999年，北京育英中学出了一回“百年不遇”的尴尬。一个叫茅侃侃的高一男生地理会考不及格，补考，再不及格。按国家政策，他没有考大学的资格了。年级主任为此头发都急白了一茬，居然出了这种人！

茅侃侃同学瘦得像一根竹竿，脸色青黑，打扮嘻哈。每天睡4小时，或者两天连着只睡8小时。那几年都是这么过的：早上5点半起床，骑车10分钟去学



校埋头苦干，把当天作业全部消灭掉。上课的时候就心里琢磨晚上的事儿。下午5点半放学回家，吃完饭就一个人闷在小屋里弄电脑，一直到12点。初一时瀛海威时空已经上线，他申请做了一个程序论坛的版主，最让他兴奋的事就是想出各种招儿去维持论坛的发展。周末就组织活动，把论坛的人招呼到一块儿聊天。那时候，茅侃侃带着校队横扫北京市的计算机比赛，遇不到对手。初三又迷上了山地车，每天放学后玩山地车到晚上8点，然后再弄电脑，到凌晨2点。

茅侃侃的思维习惯和行事作风就是在这个阶段成型的。他基本不跟同龄人打交道，网上打交道的人都比他大七八岁。一块儿玩山地车的人也多是有工作的青年人，大家谈的东西就是要做什么样的生意，解决什么样的问题，很实际。除了那些表面化的嘻哈打扮，茅侃侃的思想和行为要比实际年龄老到得多。好多网友在见他以后，怎么也不相信跟自己网上聊天的竟然是个17岁的小男孩！

2000年，他连着取得了微软和思科的计算机认证，拿着这两个招牌在一家网站谋了个月薪3600元的职位。接下来的3年里，他足足换了十几份工作！从小网站、游戏公司、电视台、一直换到政府事业单位；从研发、策划、市场、宣传一直做到节目制作；还自己开了家公司，给人家外包研发项目。这些年真是吃尽了苦头，把自己积蓄的20多万元都当学费赔了进去，当然也见识到了各行各业、各阶层的“道道”。

2004年年底，茅侃侃又一次碰上一个曾经合作过的国有企业老板。当年为他做项目，从后台数据处理到市场推广策划，效果超出了老板的预料。这一回茅侃侃把闷在心里想了一年的Majoy项目跟他交流：把网络游戏搬到线下、模仿其后台数据运行，但用实景、由玩家实际扮演。两个人一拍即合，茅侃侃以智力入股他的公司，双方正式运营Majoy，对方予以3亿元投资，预计Majoy累计投资将达到30亿元人民币，茅侃侃为现任总裁。



“80后”年纪小，还难以做到通盘的权衡利弊，所以只要一个机会来了，别管好坏，就冲上去通通拿住。换一种环境，过一种体验，这不就是年轻人该干的事吗？



姚之商业



2006年9月12日，在烛光下，在亲人的陪伴和祝福声中，姚明度过了他26周岁的生日。22岁，一个青涩的少年腼腆地步入NBA；26岁，这位少年已经成为NBA赛场上的超级巨星。4年的光阴，有艰辛、有汗水，更有喜悦和收获；4年的光阴，在汗水的背后是巨大的荣誉和财富。围绕着姚明，他的生活、他的事业，他拥有了很多属于自己的东西。

到目前为止，中国还没有哪位运动员能像姚明一样体现出如此大的商业价值，而且这个商业价值不仅仅体现在国内，更是在全世界领域都有着巨大的影响力。为此，不少人戏称姚明是中国最大的一宗“个人出口商品”。

最典型的一个例子就是2003年10月，当锐步与姚明签下了一份长期合同，锐步在纽约证交所的股票当日收盘时，上涨了51美分。这不难看出姚明对品牌商的影响和诱惑力。

当然，姚明的商业价值不仅仅体现在这一处。从姚明作为状元秀进入NBA的那一刻开始，4年的商业开发，姚明在品牌代言领域取得了巨大的成功，苹果电脑、VISA信用卡、中国联通、百事可乐、佳得乐、SORRENT手机游戏、锐步、麦当劳、豪雅表……还有上百家国际知名大品牌拿着广告订单挥舞着巨额支票翘首等待着姚明去签字。

当姚明以首轮第一顺位的身份进军NBA的那一刻，就连姚明自己也不敢想象他自己会有这么大的商业价值，他也没有想到，自己能够被打造成为一名真正意义上的状元秀。从2002年进入NBA，姚明无论是在赛场上的表现，还是商业领域获得的成功，在个人的汗水与付出的同时，我们不能忽视包括姚明父母在内姚之队的后勤保障和商业运作的功劳。或许换言之，没有姚之队的工作，今天的姚明也就没有如此的轰动效应。

看看姚之队的成员，其中包括经纪人、市场专家、芝加哥大学经济学研究生等10多人。他们用最专业的市场推广和个人品牌运作让姚明的商业价值得到最大限度的开发。被誉为营销姚明“Team Yao”的总指挥章明基先生说：“我们在为姚明选



择合作方时，把关是非常严格的。我们认为姚明代表的形象应该是那种勤奋加上智慧的感觉。”在这种理念的指导下，姚明获得了个人商业价值的巨大成功。



“姚明”这个名字更像是一个不同凡响的时代标志，一个“中国制造”的高端品牌。事实上姚明真正的商业价值用钞票是无法衡量的，但实际结果是只要签姚明，那就意味着成功。没有哪个品牌会嫌自己太火，所以都迫不及待地去签姚明。

郑立：志立则气盛



在 163888 翻唱网 CEO 郑立眼里，父亲是个有前瞻性的人。小学时他想买台学习机，父亲就给买台电脑，说学习机只是过渡产品，没意思，要买就买电脑。创业的时候想做互联网，周围的人都不知道这个东西，郑立担心没有前景，父亲说，互联网这个东西，肯定是有前景的。

父亲把“立志”的“立”字作为儿子的名字。志立则气盛，郑立从小就知道，自己将来要成就一番事业。成大事者不拘小节，加上家庭成分问题对父亲造成的伤害，郑立对名分之类的东西天生反感。

他从小就成绩不好，喜欢在街坊间打闹戏耍捣蛋。1998 年高中毕业时成绩平平，也期望早点读完大学，就考了个专科。毕业后，他在电脑城做过几个月的维修工，拿着一把螺丝刀，挨家挨户地敲门：“你要不要修电脑？”郑立真的没少体验生活。

2002 年，郑立在网上结识了“香香”，那个把翻唱歌曲在网上发送的“网络小天后”。郑立总觉得，还是学生的香香跟那些高高在上的大明星唱歌没什么区别。一般人成名的途径太漫长，为什么不可以通过网络把它缩短，让它透明呢？

郑立当即拉来了王豫华、吴佳俊、辜陶这 3 个儿时的玩伴，把自己为人制作宠物网站挣到的 2 000 块钱投资成立 163888 重庆翻唱网。香香成了 163888，也



是全中国第一个“网络签约歌手”，次年，香香与传统唱片商正式签约，而后红遍中国。2003年，他们通过向用户收取60元的会员费实现赢利。2004年，《老鼠爱大米》在163888上首发，IDG注资。今天，163888拥有300多万注册会员、几百万翻唱和原创歌曲上传量、占有中国网络音乐总量的70%，继香香之后，成功推出东来东往、蒲洋、十八梯等歌手。

创业的几年，4个人挤在一间6平方米的小屋里，摆了两张床，门都没法完全打开。每个月除了房租500元，网费100元，剩下的才是饭钱，一般花费为600元。盒饭是路边摊按时送来的，米饭像沙子，在冬天，肥腻的回锅肉就冻成了一坨猪油。

挨惯了苦日子，即使心气再高，即使后来再成功，几个小伙子身上总也有洗刷不掉的质朴。在163888重庆总部，最显眼之处挂着一幅大字。王豫华说，这八个字就是提炼出来的心得，要靠它去走未来的路，去凝聚越来越壮大的团队。这八个字就是“天道酬勤，勤能补拙”。



郑立的成功之处就在于互联网改变了音乐生产和传播方式后，首先意识到平民网络音乐的巨大商机。

赵宁这样开始创业



23岁的赵宁是从小学五年级开始玩电脑的，那时候家里买了一台486DX66多媒体电脑，从那时开始，他就对电脑产生了浓厚的兴趣，从此一发不可收拾。

到了初三，赵宁就开始攒电脑了。从那时起，他就对硬件产生了很大的兴趣，开始把个人网站做成硬件网站。最早的名字叫“我爱中关村”。上了高中后，赵宁看了满大街都是什么.com的广告，感到已经进入了.com时代，于是他在2000年7月为网站注册了顶级域名zgcbboy.com（中关村男孩）。

赵宁本来打算上大学就开始对网站进行商业化运作，可是他所上的北京联合大学大一在廊坊东方大学城上学，没有时间做这项工作。无奈只能在大一快结束



时才开始做准备工作，一边从网上招募人员，一边准备开公司。他准备以10万元注册一个公司，总投资10多万元，然后召集一块创业的人员，每个人不给多少工资，只给一点饭费，等公司赢利后按劳所得的分配原则来分配股份，他占51%，剩下的分给大家。刚开始召集了4个人一块做，他们隔两天去趟中关村拍上几条行情。后来发现这样做不行，现在网站竞争太激烈了，这样少的内容不会吸引别人的。那时候赵宁就决定要休学创业，一边上学一边工作肯定是不行的。当时网站已经有全职8人，兼职2人了。

因为事情太多，赵宁的职务有：站长、总编辑，具体负责网站制作与维护、服务器维护、行政事务、财会事务、跑业务、见客户。那时候网站还需要改版，换网站程序，虽然赵宁还没有学过什么网站技术，但自己也要硬着头皮做好。网站的程序有很多BUG，他只学过一点C语言、C++，但也要努力地熟悉ASP程序，修改程序的BUG。同时他又要去跑注册公司的事情，由于没有注册过公司的经验，还跑了不少弯路。

2003年10月30日，北京华宁远志网络技术服务有限公司正式成立。12月14日赵宁在学校申请的休学被学校批准了，他是北京联合大学第一个因为创业休学的人，不过学校的老师、校长还是非常支持他创业的。

刚开始赵宁创业遇到很多的困难和问题，但是他认为这不要紧。他的原则就是发现问题就马上解决。如今的赵宁已经身价过亿。



青年创业，如果有非常成熟的项目，并且有很大赢利空间，自身又有一定能力，可以考虑尽快进入市场。

MySee 总裁的第一桶金



MySee 总裁高燃的第一桶金来得有些传奇色彩。

2003年夏天，清华大学新闻系本科毕业的高燃在央视节目里第一次看到了江苏



远东集团董事长蒋锡培，蒋锡培是一个非常朴实的人，高燃想找机会认识他。没几天，高燃就在校园里遇到了来讲课的蒋锡培。其实蒋锡培早就听说过高燃，他因为家里穷而没有上高中、且又是第一个从中专直接考进清华本科的人，上过杂志。

高燃想在电子商务里发展，做了一个商业计划，给了蒋锡培。当时蒋锡培在吉林长春出席团中央组织的会议，高燃下午得知，随即站了一夜火车，第二天凌晨到了长春，双手递上计划。蒋锡培说，要干一番事业，信心和决心太珍贵了。

蒋锡培认为这个行业有机会，同时，他看好这个年轻人。两小时以后一个口头协议达成了：蒋锡培出资1000万元占65%股份，高燃以智力出资占35%。高燃笑开了花，跳了起来。第二天回北京，找来清华自动化系的几个博士，组成了一个团队。

当年6月，蒋锡培一个电话把高燃召去江苏开董事会。要正式决策了，十几个董事、七个监事围成半个圆桌，高燃一个人坐在另一头。反对意见太多了，在20多个人当中，上了年纪的董事全部反对，专家学者身份的人也全部反对，他们断定没有赢的机会，因为计划中有着即使到了今天高燃自己都无法自圆其说的矛盾。只有3个人支持，蒋锡培、一个同样毕业于清华的副总裁、一个女董事，这3个人恰恰是跟高燃私下里熟识的人。还有高燃，一个人坐在桌子的一头“近乎疯狂”地反抗。

下午，董事会闭门研究，高燃回宾馆休息。他心里明白，基本没戏了。1000万元不是小数目，蒋锡培不敢一个人拍板，毕竟寡不敌众。高燃准备好“跟他各走各路”了。

晚上10点，蒋锡培把高燃带到餐厅，高燃要了白粥和咸菜，自己一口气喝了5碗。高燃呆坐着。蒋锡培终于开口了：“高燃，你这个人一定能成就一番事业。”高燃听出了话外之音，就开始只顾喝粥，不去看这个就要拒绝自己的人。蒋锡培接着说，这个项目风险太大，我们不能同意；我个人非常喜欢这个项目，但是……后面的话高燃也没听进去，脑袋里嗡嗡响。他又一次几乎绝望了，但却还是要搏一把。

“你害了我！”高燃大声说。蒋锡培显然有一点震惊。高燃不理他，只顾说：“我家里还有几个弟兄，回去怎么交代？”……“当时就有很多人要投我这个项目，就因为跟你关系好，我才过来。马上就毕业了，我的团队没建起来，渠道没建起来，怎么办？”这些说辞，高燃下午在宾馆里已经想好了。

可出乎意料的是蒋锡培最终答应给他100万元。离别的时候，蒋锡培拍着他



的肩膀，说了一句这个年轻人会记下一辈子的话：“这个项目是有非常大的风险，但你这个人是没有风险的。”

直到今天，高燃都不太明白蒋锡培当时是怎么想的。

高燃的电子商务计划果然失败了，几个创业伙伴也在半年后各奔前程。2005年2月，高燃遇到了当年的清华同学邓迪，两个人合并了公司，创立MySee.com。8个月后融进了几百万美元的风险投资。今天，高燃和邓迪管理着100多人的团队。蒋锡培在这个过程中追加了100万元，总共200万元的投资在今天增值了至少10倍。

一年半之后，蒋锡培向《中国企业家》袒露了他当年投资高燃的真实想法：

“项目即使失败对他也有很大的帮助，而100万元的损失对我而言并不大；但这个人终究能成功，我也终能获得回报。他能够积极主动地去把握机会，而有些人，即使面前有机会也不知道去把握。如果没有这100万元，他一样会成功，只是迟早而已。”



如果我能最终成功，最重要的肯定是因为我的理想。这个理想非常大，99%是完成不了的，明知道它不可为，所以会付出格外的努力。

——高燃

刘琦开想动、敢动、愿意动



刘琦开2001年9月考入重庆工学院，就读于工商管理学院市场营销专业。大学阶段开始在网上寻觅商机，自2003年7月为上海市浦东管材做成第一笔外贸生意后，到2005年年底，已在网上累计销售管材300万美元。后组建网纳科技有限责任公司，出任总经理，致力于重庆地区摩托外贸及网站建设。

步入大学，刘琦开在对新校园、新环境的热忱渐渐冷漠后，逐渐迷上了泡图



书馆、泡网吧。他兴趣广泛，除了经济类书籍，文学、历史、艺术等范畴也兼收并蓄，为他日后塑造坚强的意志和淳朴的品行奠定了坚实的理论基础。

2003年春节，回上海过年的刘琦开认识了广东斯派涂料有限公司驻上海的代理商陈明杰先生。陈明杰从商20余年，积累了大量市场运作的经验，求知欲极强的刘琦开天天缠着他讨教商战经验。陈明杰也毫不吝惜，俨然以老师自居，给予了刘琦开很多点拨，并怂恿他弄一批油漆到重庆赚取差价。

刘琦开是一个做事果断的人，他说干就干。然而初出茅庐的他遭遇了“非典”一劫，铁路禁运。油漆无法运到重庆，赚取差价就成了一个泡影。

这一次失利对刘琦开的打击是沉重的，但他并没有一蹶不振。他仔细分析了自己失利的原因，虽然看上去这次失利是因为不可抗拒的因素，但换作一个成熟的商家，绝对不可能犯这样的错误。这次失利，也给刘琦开上了生动的一课。

回到学校的刘琦开，开始对自己的个人情况进行了客观的分析。他拥有较高的英语水平、市场营销理论知识等，这是他的优势，劣势在于没有多少可供创业的资金。他开始谋划走一条代理营销的路。

2003年暑假，刘琦开意气风发地回到了上海。经过多方打探，他得知一私营小钢管厂——浦东管材近期资金周转困难，经营举步维艰。刘琦开找到该厂主管市场营销的邓树林副厂长，展示了自己在市场营销领域的才华，凭着一寸不烂之舌，说服了他允许自己为该厂代销产品。

回到家里，刘琦开守在电脑前寸步不离，密切关注世界各地钢管交易动态。7月16日，刘琦开看到了一条求购信息，新加坡多美哥房地产开发公司求购特价钢管3吨。刘琦开怦然心动，立马在键盘上敲出了一封信，附上浦东管材相关资料及产品实物的扫描图片，发送了过去。7月18日，多美哥公司回函呈示了公司的相关资料，并商讨交易事宜。刘琦开马不停蹄地赶到浦东管材厂，找到邓树林副厂长，准备外贸的相关手续……8月5日，3吨钢管的交易款项打入浦东管材厂的账户。钢管外贸的利润率是6%~12%，这一笔生意，刘琦开赚了600美元，真正掘到了人生的第一桶金。邓树林副厂长也不由得对这个稚气未脱的大学生刮目相看。

首战告捷，刘琦开没有丝毫懈怠，相反更加勤奋地在网上寻找商机。泰国、马来西亚、越南等东南亚国家的一些紧缺钢管的公司逐渐与刘琦开取得了联系。刘琦开坐镇家中，遥控指挥，短短一个暑假，轻轻松松完成了6万美元的钢管交易。

9月3日，返校在即的刘琦开接到了浦东管材厂任命其为海外总代理的通知，他这个海外总代理就带着一个笔记本电脑走马上任了。对钢管生意驾轻就熟的刘

全世界有钱人都在读的赚钱故事

琦开, 2003 年签订了 50 多万美元的订单。2004 年, 他进一步对客户资源进行深度挖掘, 一举签订了 200 多万美元的订单。不知不觉中, 刘琦开成了一个名副其实的富翁。



世界上本没有大事, 所谓大事都是一件件小事情组成的, 只要认认真真做好每一件小事, 大事也就随之诞生了。



后记



一本著作的完成需要许多人的默默贡献，闪耀的是集体的智慧。其中铭刻着许多艰辛的付出，凝结着许多辛勤的劳动和汗水。

本书在策划和编写过程中，得到了许多同行的关怀与帮助，及许多老师和作者的大力支持，在此向以下参与本书编写的人员致以诚挚的谢意：欧阳勇富、廉勇、欧红梅、周珊、张艳红、但佳玉、杨艳丽、柳絮恒、赵一、赵红瑾、齐红霞、齐艳杰、陆晓飞、赵广娜、王非庶、李淑敏、李海霞、李秀敏、王杰、张保文、熊永鑫、李亚莉、于心愿、蒙明炬、何瑞欣、杜莉萍、李卫平、李敏、梁素娟、许庆元、罗婷婷、尹娜、张璐璐、王巧、许长荣、王娟、郭亚维、王爱民。

本书在编写过程中，借鉴和参考了大量的文献和作品，从中得到了不少启悟，也汲取了其中的智慧菁华，谨向各位专家、学者表示崇高的敬意——因为有了大家的努力，才有了本书的诞生。凡被本书选用的材料，我们都将按出版法有关规定向原作者支付稿酬，但因为有的作者通信地址不详，尚未取得联系。敬请您见到本书后及时函告您的详细信息，我们会尽快办理相关事宜。

由于编写和出版时间仓促，以及编者水平所限，书中不足之处在所难免，诚请广大读者指正，特驰惠意。